JUNE 2019 Vol. 5 Issue 53

മലയാളത്തിലെ ആദ്യത്തെ അഡ്വർട്ടൈസിംഗ് & മാർക്കറ്റിംഗ് മാസിക

Price: ₹50/-

ഇഫെക്ടീവ് ആഡ്കോം eFFECTIVE ADCOM

INSIDE OUTSIDE AD WORLD

THE WORLD OF EFFECTIVE COMMUNICATION

Sonal Singh

Model & Actress in Bollywood

വ്യക്തമായ പ്ലാനിംഗ്

യാത്ര ചെയ്യാം ശരിയായ ദിശയിൽ

അല്പം ബ്രീഫായിപ്പറഞ്ഞാൽ

പരസ്യങ്ങളിൽ സ്ത്രീത്വത്തിന്റെ പ്രതീകം

ശരീരഭാഷ കലയും സാധ്യതയും

MODEL WATCH • STUDENTS CORNER • MOTIVATION • CAREER GUIDANCE • MEDIA

ഇനി ഓൺലൈനിലൂടെ മാത്രമല്ല ഫോണിലൂടെയും ഹോസ്പിറ്റൽ അപ്പോയിന്റ്മെന്റ് ബുക്ക് ചെയ്യാം

2016 ജൂലൈ ഒന്നിനാണ് (ദേശീയ ഡോക്ടേഴ്സ് ദിനം) ക്വിക് ഡോക് ഡോട് കോം കേരള ജനതയ്ക്കായി സമർപ്പിച്ചത്.

ഹോസ്പിറ്റലുകളുടെയും ക്ലിനിക്കുകളുടെയും അപ്പോയ്ന്റ്മെന്റ് ബുക്കുചെയ്യാൻ സഹായിക്കുന്ന ഓൺലൈൻ ആപ്ലിക്കേഷനാണ് ക്വിക്ഡോക്ഡോട്കോം.ഇപ്പോൾ 142 ആശുപത്രികളിലും 113 ക്ലിനിക്കുകളിലുമായി കേരളത്തിലെ വിദഗ്ധരായ 2743 ഡോക്ടർമാരുടെ അപ്പോയിന്റ്മെന്റുകൾ ലഭ്യമാണ്. നിങ്ങളുടെ റജിസ്ട്രേഷനിലൂടെ നിങ്ങളുടെ ബന്ധുക്കൾക്കോ, സുഹൃത്തുക്കൾക്കോ അപ്പോയിന്റ്മെന്റ് എടുക്കാം.

ഒരു മാസം മുമ്പു മുതൽ അപ്പോയിന്റ്മെന്റുകൾ ലഭ്യമാണ്.എല്ലാ ദിവസവും രാവിലെ 8 മണിവരെ അതത് ദിവസത്തെ ഏറ്റവും അടുത്ത ടോക്കണുകൾ ലഭിക്കും. അതുപോലെ വിദഗ്ധരായ ഡോക്ടർമാരുടെ സേവനം ഏത് ആശുപത്രിയിലുണ്ട് എന്നും ഏതൊക്കെ ആശുപത്രികളിൽ എന്തൊക്കെ സേവനങ്ങൾ ഉണ്ട് എന്നും അറിയാം.

നിങ്ങൾ എടുക്കുന്ന അപ്പോയിന്റ്മെന്റുകൾ സ്ഥിരീകരിക്കാനായി qkdoc.com കസ്റ്റമർ കെയർ ടീം നിങ്ങളെ സഹായിക്കും. അതുപോലെ ഏതു സമയത്ത് ചെല്ലണമെന്നും നിർദേശം തരും. കൂടാതെ പൊതുജനങ്ങൾക്കായി സൗജന്യ രോഗനിർണയ ക്യാംപുകളും ആരോഗ്യ സെമിനാറുകളും ആശുപത്രികളുമായി സഹകരിച്ച് നടത്തുന്നുണ്ട്.

അപ്പോയിന്റ്മെന്റ് എടുക്കുവാൻ 2 വഴികൾ

ഓപ്ഷൻ 1 A) qkdoc.com വെബ്സൈറ്റ് അല്ലെങ്കിൽ qkdoc ആപ്ലിക്കേഷൻ ഡൗൺലോഡ് ചെയ്ത് റജിസ്റ്റർ ചെയ്യുക B) വേണ്ട ആശുപത്രി/ക്ലിനിക്/ഡോക്ടർ/ സ്പെഷലൈസേഷൻ സേർച്ച് ചെയ്യുക C) ലഭ്യമായ ടോക്കണുകൾ നേടുക D) റജിസ്ട്രേഷനിലൂടെ നിങ്ങൾക്കോ, സുഹൃത്തുക്കൾക്കോ, ബന്ധുക്കൾക്കോ, ടോക്കണുകൾ നേടാം. അതിനായി Book for another parent ക്ലിക്കു ചെയ്ത് മുൻപോട്ട് പോകുക.

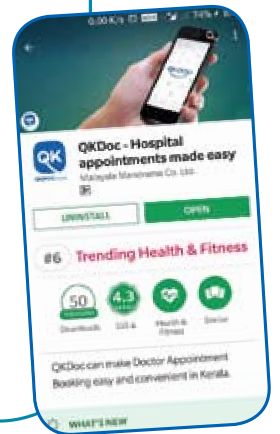
ഓപ്ഷൻ 2 A) അപ്പോയിന്റ്മെന്റുകൾ എടുക്കാനായി 7012612323 (24 x 7) (ഞായറാഴ്ചകളിലും) 8943927714, 0481-2587421 / 422 (രാവിലെ ഒമ്പതു മുതൽ വൈകിട്ട് 6 വരെ) നമ്പരുകളിലേക്ക് വിളിക്കാം B) നിങ്ങൾക്ക് ആവശ്യമായ ആശുപത്രി / ക്ലിനിക്ക് / ഡോക്ടർ എന്നീ വിവരങ്ങൾ പറയുക C) നിങ്ങളുടെ ഫോണിൽ വരുന്ന എസ്എംഎസ്ൽ നിന്നും ഒടിപി നമ്പർപറഞ്ഞുകൊടുക്കുമ്പോൾ ലഭ്യമായ ടോക്കണുകൾ നൽകുന്നു.

ഡോക്ടറുടെ അപ്പോയ്ന്റ്മെന്റിനായി വിളിക്കുക

7012612323 (24x7)

0481 2587421 / 422

(9 am to 6pm)



ആശുപത്രികളും ക്ലിനിക്കുകളും qkdoc.com ൽ റജിസ്റ്റർ ചെയ്യുവാനായി വിളിക്കുക : 8086137088, 9447732525

- വിളിക്കുക 7012612323 (24x7) 0481 2587421/422 (9 am to 6pm)
- നിങ്ങളുടെ ആശുപത്രി/ക്ലിനിക്/ഡോക്ടർ എന്നീ വിവരങ്ങൾ പറയുക
- നിങ്ങൾക്കു വരുന്ന SMS ലെ OTP നമ്പർ പറഞ്ഞുകൊടുക്കുമ്പോൾ ലഭ്യമായ ടോക്കണുകൾ നൽകുന്നു

മലയാള മനോരമ



ഉള്ളടക്കം

Cover: Sonal Singh
Celebrity Manager : Rakesh Kumar
98197 26960

Vol. 5 | Issue 53 | June 2019









Images Courtesy: Google

ഇഫെക്ടീവ് ആഡ്കോം EFFECTIVE ADCOM
Advertising is Communication. Marketing is destination
The First Advertising & Marketing Magazine in Malayalam

Chief Editor
Mathew K. Mulamoottil

Associate Editor
Batten Bose

Marketing & Circulation Co-ordinator
Vilsu Mathew
Ph: 9744993356

Layout / Illustration
Adart Designing

Office Administration
Mini S. Nair

Marketing Offices:
Effective Publications
Mughal Palace Bldg, Collectorate P.O.
Kottayam - 2 , Kerala, India.
Ph: 0481 2561791, 08593 998705
e-mail: effectiveadcom@gmail.com

Regd. Office:
Mulamoottil Bldg., Cathedral Road
Manorama (S), Kottayam - 1, Kerala, India

Can read @





effectiveadcom/posts 09846057461
/effective.adcom /effective-adcom
www.effectiveadcom.com

EDITORIAL

ശൈലിമാറ്റം എന്തിന്?

ഓരോ വ്യക്തികൾക്കും അവരുടേതായ ശൈലികളുണ്ട്. അത് സ്വതസിദ്ധമോ നിരന്തരമായ സാധനയിലൂടെ നേടിയെടുത്തതോ ആകാം. എഴുത്തുകാർക്കും, സാഹിത്യകാരന്മാർക്കും, കലാകാരന്മാർക്കും തുടങ്ങി രാഷ്ട്രീയക്കാർക്കുൾപ്പെടെ എല്ലാവർക്കും സ്വന്തമാണ് അവരുടെ ശൈലികൾ. അതു മാറ്റണമെന്ന് പറയുന്നത് ക്ഷിപ്രസാദ്ധ്യമല്ല. നിരന്തരമായ പരിശ്രമത്തിലൂടെ ചിലർക്കൊക്കെ കുറെയൊക്ക മാറ്റങ്ങൾ കൊണ്ടുവരാൻ സാധിച്ചേക്കും. എന്നാൽ പൂർണ്ണമായ ഒരു ശൈലിമാറ്റം നടക്കുമെന്നു തോന്നുന്നില്ല.

ശൈലി ഏതായാലും അതിന്റെ പരിണിതഫലം എന്തെന്നതാണ് പ്രധാനം. ചില ശൈലികൾക്ക് ധാരാളം ആരാധകരുണ്ടാകും. ചിലരുടെ ചില ശൈലികൾ ചിലർക്കെങ്കിലും അരോചകവും അസഹനീയവും ആയിരിക്കും.

ഉദാഹരണങ്ങൾ എടുത്തുകാട്ടി ആരേയും പുകഴ്ത്തുവാനോ ഇകഴ്ത്തുവാനോ ഇവിടെ മുതിരുന്നില്ല. ഓരോരുത്തർക്കും അവരുടെ ശൈലിയിൽ പ്രവർത്തിക്കുമ്പോൾ മാത്രമേ തൃപ്തരാകുവാൻ സാധിക്കുകയുള്ളൂ. ആ ശൈലി മറ്റുള്ളവരെ എങ്ങനെ ബാധിക്കുന്നു എന്നതാണ് പ്രശ്നം. പ്രത്യേകിച്ചും പൊതുപ്രവർത്തകരാകുമ്പോൾ.

എന്നാൽ എല്ലാ ശൈലികളും എല്ലാകാലത്തും ഒരുപോലെ വിലപ്പോകില്ല എന്ന വസ്തുതയും കണക്കിലെടുക്കേണ്ടതുണ്ട്. കാലം മാറുന്നതിനനുസരിച്ച് പ്രവർത്തന ശൈലികളിലും പെരുമാറ്റത്തിലും മാറ്റങ്ങൾ അനിവാര്യമായി വന്നേക്കാം പക്ഷേ ഇത് എത്രമാത്രം പ്രായോഗികമാണ് എന്നതാണ് പ്രശ്നം.

ഓരോരുത്തരും അവരവരുടെ പ്രവർത്തനശൈലിയെ സ്വയം വിലയിരുത്തുവാൻ ശ്രമിക്കുന്നതു നന്നായിരിക്കും. സ്വയം കണ്ണാടിയിൽ നോക്കും പോലെ.

ചീഫ് എഡിറ്റർ

"A creative brief is the most sacred of all sacred ad documents"

Will Burns, *Ideasicle*

അല്പം ബ്രീഫായിപ്പറഞ്ഞാൽ...

പരസ്യ ഏജൻസികളിൽ അക്കൗണ്ട്സ് എക്സിക്യൂട്ടീവ്സിന്റെ ചുമതലയാണ് ഏജൻസി ബ്രീഫ് തയ്യാറാക്കുക എന്നത്. ക്ലയന്റ്സിനും ഏജൻസിക്കും ഇടയിൽ ഒരു പാലമായി നില കൊള്ളുന്നവരാണ് ഇവർ. ഒരു മികച്ച അഡ്വെർട്ടൈസിംഗ് സ്ട്രാറ്റജി തയ്യാറാക്കുവാനുള്ള അടിസ്ഥാന വിവരങ്ങൾ അടങ്ങിയ ഇൻഫർമേഷൻ കിറ്റ് എന്ന് ഏജൻസി ബ്രീഫിനെ വിളിക്കാം

രണ്ട് സുഹൃത്തുക്കൾ ബിസിനസ് ആവശ്യങ്ങൾക്കായി നഗരത്തിലെത്തിയതായിരുന്നു.

നട്ടുച്ച.

വല്ലാത്ത ദാഹം. ഇനി ഒന്നു തണുത്തിട്ടാവാം യാത്ര. സമീപത്തു കണ്ട കൂൾബാറിലേക്ക് ഇരുവരും കയറി.

വെയിറ്റർ അടുത്തെത്തി.

കുടിക്കാൻ...?

ഒരു സുഹൃത്ത് തിരക്കി ?

കോള, ഫ്രഷ്ജൂസ്, ലൈംജൂസ്... വെയിറ്റർ മെനു നിരത്തി.

സോഡലൈം മതി. അപരൻ ഓർഡർ ചെയ്തു. വെയിറ്റർ പോയി. സുഹൃത്തുക്കൾ ലൈം സോഡയുടെ ഗുണദോഷ വിചിന്തനങ്ങളിൽ മുഴുകി.

ട്രേയിൽ സോഡലൈമുമായി വെയിറ്റർ വന്നു. സുഹൃത്തുക്കൾ ഒരിറക്കു കുടിച്ചു. ഉപ്പുരസം. അവരുടെ മുഖം കോടി. അവർ ഗ്ലാസ് മേശപ്പുറത്തുവച്ചു.

വെയിറ്റർ..?

വെയിറ്റർ ഓടിയെത്തി.

എന്താണ് സർ?

ഇതെങ്ങനെ കുടിക്കും മിസ്റ്റർ? ഒന്നാമത് കൂളല്ല, പിന്നെ ഉപ്പും. എന്തേ ഷുഗറിടാഞ്ഞത്?

ഞാൻ കരുതി, സോൾട്ട്ലൈം മതിയെന്ന്....അയാൾ അർദ്ധോക്തിയിൽ നിർത്തി.

നിങ്ങളോടു കരുതാൻ ആരാ പറഞ്ഞത്?

സുഹൃത്തുക്കൾ വിടാൻ ഭാവമില്ല. കൂൾബാറിലെ മറ്റ് കസ്റ്റമേഴ്സ് ഈ നാടകം ശരിക്കും ആസ്വദിക്കുകയാണ്.

അത്...വെയിറ്റർ വിക്കി.

ക്ലയന്റ്സിന് എന്താണ് വേണ്ടതെന്ന് നിങ്ങൾ ചോദിക്കണം. എന്നിട്ടുവേണം വിളമ്പാൻ.

ഇത് താൻ തന്നെ കുടിച്ചാമതി. സുഹൃത്തുക്കൾ പുറത്തേക്ക്.

വെയിറ്റർ വാ പൊളിച്ച പടി നിന്നു പോയി.

നമ്മുടെയെല്ലാം ജീവിതത്തിൽ ഇങ്ങനെയുള്ള അനുഭവങ്ങൾ ഉണ്ടായിട്ടില്ലേ? അഡ്വെർട്ടൈസിംഗിൽ വളരെ കരുതലോടെ ശേഖരിക്കേണ്ട ഒരു വസ്തുതയിലേക്ക് ഇതു വിരൽ ചൂണ്ടുന്നു.

ഏജൻസി ബ്രീഫാണത് (Agency Brief)

പരസ്യ ഏജൻസികളിൽ അക്കൗണ്ട്സ് എക്സിക്യൂട്ടീവ്സിന്റെ ചുമതലയാണ് ഏജൻസി ബ്രീഫ് തയ്യാറാക്കുക എന്നത്. ക്ലയന്റ്സിനും ഏജൻസിക്കും ഇടയിൽ ഒരു പാലമായി നില കൊള്ളുന്നവരാണ് ഇവർ.

ക്ലയന്റും ഏജൻസി പ്രതിനിധിയായ അക്കൗണ്ട്സ് എക്സിക്യൂട്ടീവും തമ്മിലുള്ള മുഖാമുഖ ചർച്ചയിലാണ് ബ്രീഫ് ഉരുത്തിരിയുന്നത്. വളരെയധികം സൂക്ഷ്മതയോടെ തയ്യാറാക്കേണ്ട ഒന്നാണിത്.

ഒരു മികച്ച അഡ്വെർട്ടൈസിംഗ് സ്ട്രാറ്റജി തയ്യാറാക്കുവാനുള്ള അടിസ്ഥാനവിവരങ്ങൾ അടങ്ങിയ ഇൻഫർമേഷൻ കിറ്റ് എന്ന് ഏജൻസി ബ്രീഫിനെ വിളിക്കാം.

സിംപിളായിപ്പറഞ്ഞാൽ, ഒരു ക്ലയന്റിന് തന്റെ ടാർജറ്റ് ഓഡിയൻസിനോട് എന്താണ് പറയുവാനുള്ളത് എന്നതിന്റെ കൃത്യമായ വിവരണമെന്ന് ഏജൻസി ബ്രീഫിനെ നിർവ്വചിക്കാം.

ക്രിയേറ്റീവ്സിന്റെ (അഡ്വെർട്ടൈസിംഗ് ആർട്ട് വർക്കുകൾ) അടിത്തറ തന്നെ ഏജൻസി ബ്രീഫും അഡ്വെർട്ടൈസിംഗ് സ്ട്രാറ്റജിയുമാണ്. ക്ലയന്റുമായി നടത്തിയ ചർച്ചയുടെ പശ്ചാത്തലത്തിൽ ഏജൻസി പ്രതിനിധിയായ അക്കൗണ്ട്സ് എക്സിക്യൂട്ടീവ് തയ്യാറാക്കിയ ബ്രീഫിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിലാണ് അഡ്വെർട്ടൈസിംഗ് സ്ട്രാറ്റജി തയ്യാറാക്കുന്നത്. ക്ലയന്റുമായുള്ള കോർഡിനേഷനിലൂടെയാണ് സ്ട്രാറ്റജി വികസിക്കുന്നത്. കാരണം, ഏജൻസിയെക്കാളും മാർക്കറ്റിനെ അടുത്തറിയാവുന്നയാൾ ക്ലയന്റാണല്ലോ.

ഒപ്പം, തന്റെ മാർക്കറ്റിംഗ് ഗോൾസിനെക്കുറിച്ചും കൃത്യമായ ധാരണ ക്ലയന്റിനാണുള്ളത്.

ഏജൻസി ബ്രീഫിൽ നിന്നും ലഭിക്കേണ്ട വിവരങ്ങൾ.

ക്ലയന്റിന്റെ കമ്പനിയെക്കുറിച്ചുള്ള വിവരങ്ങൾ

- ചരിത്രം / പശ്ചാത്തലം
- കമ്പനിയുടെ കാഴ്ചപ്പാട്(Vision)
- പബ്ലിക് / പ്രൈവറ്റ്സെക്ടർ
- പ്രൊഡക്ഷൻ കപ്പാസിറ്റി
- ഉല്പന്ന ശ്രേണി / ബ്രാൻഡ്
- ഫാക്ടറി / ഓഫീസ്

ഉല്പന്നത്തെക്കുറിച്ചുള്ള വിവരങ്ങൾ

- സൈസ് / ആകൃതി / നിറം
- ഗന്ധം / വില/
- പാക്കേജിംഗ്
- വിതരണ ശ്രംഖല

മാർക്കറ്റിംഗ് പോളിസി / ലക്ഷ്യങ്ങൾ

- നിലവിലുള്ള മാർക്കറ്റിംഗ് സ്ട്രാറ്റജി
- സെയിൽസ് പോളിസി / ഗോൾസ്
- ഡീലർമാർ

അഡ്വെർട്ടൈസിംഗ് / സെയിൽസ് പ്രമോഷൻ / മാർക്കറ്റ്ഷെയർ

മാനേജ്മെന്റ് പോളിസി

- സംസ്ക്കാരം / കാഴ്ചപ്പാട് / ഭരണ സംവിധാനം / പ്രവർത്തന രീതികൾ

കോംപറ്റീറ്റേഴ്സ് (Competitors)

- എതിർ ബ്രാൻഡുകൾ
- മാർക്കറ്റ് ഷെയർ

നിലവിലുള്ള ഉപഭോക്താക്കൾ:

- ജീവിതശൈലി (Lifestyle)
- ഡെമോഗ്രാഫിക്സ് (Demographics)
- സൈക്കോഗ്രാഫിക്സ് (Psychographics)
- വാങ്ങൽ ശൈലി (Purchasing habits)
- വാങ്ങൽ ശേഷി (Purchasing power)
- മനോഭാവം (Attitude)

A creative brief is a document that explains the ins and outs of a project for the creative team, agency, or designer who'll be working on it. Think of it as a blueprint for your project that not only helps the creative team but also will help you as you shape the overall strategy and goals for the project.

CLIENT CREATIVE BRIEF

CREATIVE OVERVIEW		
PROJECT TITLE		
CLIENT NAME		
CONTACT INFO	NAME	
	PHONE	
	EMAIL	
	MAILING ADDRESS	
BUDGET Detailed financial projections	AMOUNT	
	FINANCE SOURCES	
	NOTES	
PROJECT OVERVIEW Project summary, research sources and findings		
PROJECT OBJECTIVES Detailed goals, desired outcomes, and measurable objectives		
MARKETING GUIDELINES Detailed approval process for all pieces, style guides, links to existing branding standards		
MARKETING MATERIALS Describe the pieces required along with the strategic reach and the desired outcome	COPY	Taglines, slogans, body copy requirements
	PRINT ADS	List any printed materials
	DISPLAY ADS	List type of advertisement, length of time required
	SIGNAGE / BANNERS	List items needed and deadlines
	EVENT / PROMO PIECES	List items needed and deadlines
	WEBSITE	Describe web requirements
	SOCIAL MEDIA	List platforms, manpower,desired outcome
	OTHER	Detail needed materials and deadlines
TARGET AUDIENCE The who, what, when, and where of the target customer base	PRIMARY DEMOGRAPHIC	Describe desired audience
	SECONDARY DEMOGRAPHIC	Describe desired audience



ഭാവിപരിപാടികൾ

- മാർക്കറ്റിംഗ്
- സെയിൽസ്
- റിസർച്ച് & ഡവലപ്പ്മെന്റ്
- പുതു സാങ്കേതികതയോടുള്ള സമീപനം

ഏജൻസി ബ്രീഫ് തയ്യാറാക്കുമ്പോൾ ശ്രദ്ധിക്കേണ്ട അടിസ്ഥാന വിവരങ്ങൾ മാത്രമാണ് ഇവിടെ പരാമർശിച്ചിരിക്കുന്നത്. ക്ലയന്റിന്റെ ഭാഗത്തുനിന്നും ലഭിക്കുന്ന വിവരങ്ങൾ അദ്ദേഹത്തിന്റെ കാഴ്ചപ്പാടിൽ നിന്നും രൂപം കൊണ്ടതാണ്. ലഭ്യമായ വിവരങ്ങൾ ഉപഭോക്താവിന്റെ കാഴ്ചപ്പാടിലൂടെ കാണാനാണ് ഏജൻസി ശ്രദ്ധിക്കേണ്ടത്. തുടർന്ന്, അഡ്വെർട്ടൈസിംഗ് സ്ട്രാറ്റജിക്കു രൂപം കൊടുക്കണം.

ക്രിയേറ്റീവ്, മീഡിയ, അക്കൗണ്ട് പ്ലാനിംഗ് വിഭാഗം, മാർക്കറ്റ് റിസർച്ച് വിംഗ്, ഏജൻസിയിലെ സീനിയർ മാനേജേഴ്സ് എന്നിവർ കൂട്ടായി ചർച്ച ചെയ്താണ് സ്ട്രാറ്റജി തയ്യാറാക്കുന്നത്. കാരണം, അഡ്വെർട്ടൈസിംഗ് വൺമാൻ ഷോ അല്ല, ഒരു ടീം വർക്ക് ആണ്.

ഏജൻസി ബ്രീഫ് സൂഷ്മമായി പഠിച്ച ശേഷം നിലവിലുള്ള സാഹചര്യം ശരിയായി വിലയിരുത്തി പ്രശ്നങ്ങളെ മനസ്സിലാക്കുകയും അവ പരിഹരിക്കാനുള്ള വഴികൾ കണ്ടെത്തുകയുമാണ് അഡ്വെർട്ടൈസിംഗ് സ്ട്രാറ്റജി ഡോക്യുമെന്റിലൂടെ ലക്ഷ്യമിടുന്നത്. ●



കെ.ആർ. മോഹൻദാസ്
കോപ്പിറൈറ്റർ
mohanmenon999@gmail.com

He that loves a book will never want a faithful friend, a wholesome counselor, a cheerful companion, an effectual comforter. By study, by reading, by thinking, one may innocently divert and pleasantly entertain himself, as in all weathers as in all fortunes

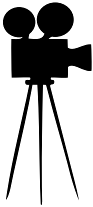
– Barrow







CREW



Client: Lazza Ice Cream
Agency: Maitri Advertising Works
Project Head: Raju Menon
Creative Directors : Venugopal Rama-chandran Nair , Francis Thomas
Art Director : Mrinalsen
Client servicing: Sumith G , Christeena
Director: Appunni Nair (Sajith)
Production House: PUPA Production
Executive producer: Ritty Mathew
Cinematographer: Jebin Jacob
Still photographer: ShaheenThaha

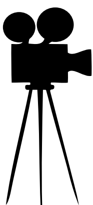
Editor: Junaid E.P.
Actress: Trisha, Celebrity Manager: Naressh Krishna, Styling & Costume: Sameera Saneesh, Art Director: Vineesh Bangalan, Music Director: Charles Finny Nazareth, Assistant Directors: Noufal Noufu, Cauvya Lakshmi, Parvathy, Nena Mouli, Razal Kareem. Visual Effects: Sanju Tom George, Shanjul K Chombala, Akhinesh, Elvis Simon, Sujith V Das, Noufal Noufu
Online: Jithin George (Black Maria)

Dubbing: Chinmayi Sripada, Assistant Cinematographers : Krishna K.R. , Vyshak P Eachur, Storyboard Artist: Neju Jose, Sound Mix: Wave weaver Studios. Docket content Writer: Cauvya Lakshmi, Line Producer: Shameer P.K., Production Assistants: Kalabhavan Nizam, Rahul R Kalayil, Studios: Three Dots Film Studio (Jio)
Accounts: Ranjith Chandran, Neha
Making Video & stills: Arun Murali, Rahul Raj





CREW



Client : Diya Gold & Diamonds
Agency : Tee Key Cee Advertisers
Production House : Inquilabz
Direction : Binoy Raveendran
D O P : Bahul Ramesh
Editing : Sooraj E. S.
Music : Mujeeb Majeed
Asso. Director : Mithun Chandran
Sound Design : Sreejith Sreenivasan

Art : Sajeesh
D I : Vineesh Vijayan
Make up : Jithu Payyannur
CG : Sanju Tom
Production Controller : Vishnu K
Costume : Sujith
Asso. Cameraman : Vaishakh Devan
Asst. Directors : Akshay Keecheri, Azad Roshan, Abhinav Ramesh

Asst. Cameraman : Sujilsai
Sound Cast : Angel
Spot edit : Febin Sidharth
Production Manager : Abhijith Ashok
Stills : Saami Vaas
Making video : Sachin Ravi
Cast : Anjali, Adil Ibrahim, Kochu Preman

SCALING GREATER HEIGHTS IN NEWS & VIEWS

Our Publications:



DEEPIKA
The First Malayalam Daily



RASHTRA DEEPIKA
Largest Selling Evening Daily



BUSINESS DEEPIKA
Economic & Financial Fortnightly



KARSHAKAN
Agricultural Monthly



STHREEDHANAM
Women's Monthly



RASHTRA DEEPIKA CINEMA
Film Fortnightly



KUTTIKALUDE DEEPIKA
Malayalam Children's Fortnightly



CHILDREN'S DIGEST
Children's English Monthly



Online Versions

deepika.com
deepikamatrimonial.com
rashtradeepika.com
deepikaclassifieds.com



Since 1887



DEEPIKA
RASHTRA DEEPIKA LTD.
College Road,
Kottayam -686 001, Kerala
Tel: 0481 – 2566706, 3012222
Email: deepikaktm@deepika.com
visit us at www.deepika.com

Our Recent Attaintments

- New modern multi-colour with UV printing facility
- Colour printing on all pages
- Improved fonts & layout

We also undertake quality colour printing job-works

സ്വരൂപം



ജോഷി ജോർജ്
joshygeorgecartoonist@gmail.com

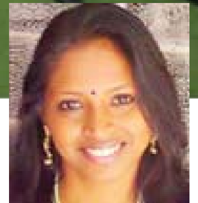
പാട്ടും പാടി ജയിച്ചവൾ

ഇത്തവണത്തെ കേരളത്തിലെ ലോക്സഭാ തെരഞ്ഞെടുപ്പിൽ മിന്നും താരമായത് രമ്യ ഹരിദാസ് എന്ന സാധാരണക്കാരിൽ സാധാരണക്കാരിയായ മുപ്പത്തിരണ്ടുകാരിയാണ്. അവർ അക്ഷരാർത്ഥത്തിൽ പാട്ടും പാടി ജയിച്ചു. ജയിച്ചശേഷം 'കരുണാമയനേ കാവൽ വിളക്കേ' എന്ന് പാടി ദൈവത്തോട് നന്ദിപറയുകയും ചെയ്തു. എങ്ങനെയാണ് ആലത്തൂരിൽ രമ്യ ഹരിദാസ് എന്ന യുവതി കോൺഗ്രസ്സിന്റെ സ്ഥാനാർത്ഥി ആയത് എന്നത് അവരുടെ വൻഭൂരിപക്ഷത്തോടെയുള്ള തകർപ്പൻ ജയം പോലെ തന്നെ അവിശ്വസനീയമായ സംഗതിയാണ്.

ഗ്രൂപ്പ് രാഷ്ട്രീയത്തിൽപ്പെട്ട് കലങ്ങിമറിഞ്ഞുകൊണ്ടിരിക്കുന്ന കോൺഗ്രസ് പാർട്ടിയിൽ ആലത്തൂർ മണ്ഡലത്തിലേക്ക് അടുക്കാൻ പോലും പറ്റാവുന്ന ആളായിരുന്നില്ല മാവൂരിലും ചെറൂപ്പയിലും കുന്ദമംഗലത്തും മറ്റുമായി ചുറ്റിത്തിരിയുന്ന രമ്യ ഹരിദാസ്. സാധാരണനിലയ്ക്ക് കുന്ദമംഗലം ബ്ലോക്ക് പഞ്ചായത്ത് പ്രസിഡന്റ് പദവിക്കപ്പുറത്തേക്കൊന്നും പോകാനാകുമെന്ന് കരുതാൻ കഴിയുമെന്ന് അധികമാളുകളും വിശ്വസിച്ചിരുന്നില്ല. തോല്ക്കുമെന്നുറപ്പുള്ള സീറ്റിലേക്ക് മത്സരിക്കാൻ ആളെ കിട്ടാത്തതിനാൽ സിംഹക്കൂട്ടിലേക്ക് തടവുകാരനെയെന്ന പോലെ വലിച്ചെറിഞ്ഞതാണു ഈ ദലിത് യുവതിയെ എന്ന് ചിലർ അടക്കം പറഞ്ഞു. അതിൽ തെറ്റുമില്ല. 2008 ൽ മണ്ഡലം രൂപീകരിക്കപ്പെട്ടതുമുതൽ സി.പി.എമ്മിന്റെ കുത്തക സീറ്റ്, സ്ഥാനാർത്ഥിയായി വരുന്നത് പ്രവർത്തനമികവുകൊണ്ട് ജനഹൃദയങ്ങളിൽ കയറിപ്പറ്റിയ ശ്രദ്ധേയനായ പാർലമെന്റേറിയൻ ഡോ.പി.കെ ബിജു. രമ്യയുടെ കൈമുതൽ ആകപ്പാടെ ഒരു പാവത്താൻ മുഖം; പിന്നെ ആരു പറഞ്ഞാലും ഏതുനേരത്തും പാടിക്കൊടുക്കുന്ന പാട്ടുകൾ. അതിനാൽ രമ്യയെ വീഴ്ത്താൻ എളുപ്പമാണെന്നായിരുന്നു സി.പി.എമ്മിന്റെ കണക്കുകൂട്ടൽ. പാട്ടുപാടാനാണോ പാർലമെന്റിലേക്ക് പോകുന്നതെന്ന് പാർട്ടി ബുദ്ധിജീവിയെന്ന് നടിച്ചിരുന്ന പ്രഫസർ പരിഹസിച്ചത് അതുകൊണ്ടാണ്. എൽ.ഡി.എഫ് കൺവീനർ അശ്ലീലം കലർത്തി രമ്യയെ കളിയാക്കിയതും മറ്റൊന്നുകൊണ്ടല്ല. ഫലം വന്നപ്പോൾ രമ്യ ഒരു കാര്യം തെളിയിച്ചുകൊടുത്തു. സിംഹക്കൂട്ടിലേക്ക് എറിഞ്ഞിട്ട ഇര സിംഹത്തെ മാത്രമല്ല തോല്പിച്ചത്. കണ്ടു രസിക്കാൻ പ്രൊസീനിയത്തിൽ കാത്തുനിന്നവരും തോറ്റു സുല്ലിട്ടിരിക്കുന്നു. പറഞ്ഞുവന്നാൽ രമ്യ ഹരിദാസ് വെറുമൊരു സാധാരണ പെണ്ണാണ്. അച്ഛൻ ഹരിദാസ് തയ്യൽക്കാരൻ, അമ്മ കൂലിപ്പണിക്കാരി. രമ്യ പഠിച്ചത് കുറ്റിക്കാട്ടൂരിലും മാവൂരിലുമുള്ള സാധാരണ സ്കൂളുകളിൽ. പത്താം തരം കഴിഞ്ഞശേഷം പാട്ടുപഠിച്ചു, യുവജനോത്സവങ്ങളിലും മറ്റും പാടിനടന്നു. ജവഹർബാലജനവേദിയിലൂടെയും കെ.എസ്.യുവിലൂടെയും മറ്റും കോൺഗ്രസ് പ്രവർത്തകയായി. വനിതാ പ്രാതിനിധ്യവും സംവരണ പ്രാതിനിധ്യവും മറ്റുമുള്ളതുകൊണ്ടാവാം ബ്ലോക്ക് പഞ്ചായത്തംഗമായി. ഇതിലുമപ്പുറത്തേക്ക് കടന്ന് കേരളത്തിൽ നിന്നുള്ള രണ്ടാമത്തെ വനിതാദലിത് എം.പി ആയിത്തീരുന്ന അവസ്ഥയിലേക്ക് രമ്യയെ എത്തിച്ചതിനു പിന്നിലുള്ളത് രാഹുൽ ഗാന്ധിയുടെ ടാലന്റ് ഹണ്ട് പദ്ധതിയാണ്. 1971 ൽ അടൂർ മണ്ഡലത്തിൽ നിന്ന് ലോക്സഭയിലേക്ക് തെരഞ്ഞെടുക്കപ്പെട്ട സി.പി.ഐ, നേതാവ് ഭാർഗവി തങ്കപ്പനാണ് ആദ്യത്തെ ആൾ. 48 വർഷത്തിനുശേഷമാണ് രണ്ടാമതൊരാൾ ഈ സ്ഥാനത്തെത്തുന്നത് എന്നത് കേരളീയ പ്രബുദ്ധതയുടെ ഉദാഹരണമാണോ എന്നൊന്നും ചോദിക്കാതിരിക്കുക തൽക്കാലം. 2011 ലാണ് രാഹുൽഗാന്ധി രമ്യ ഹരിദാസിൽ ഒളിഞ്ഞിരിക്കുന്ന സംഘടനാപാടവം തിരിച്ചറിഞ്ഞ് പാർട്ടിയിൽ അവർക്കൊരു ലിഫ്റ്റ് കൊടുത്തത്. അതിനുമുമ്പേ തന്നെ രമ്യ ഏകതാപരിഷത്തിന്റെ ആദിവാസി ക്ഷേമപദ്ധതികളിലും മറ്റും പങ്കെടുത്തിരുന്നു എന്ന കഥ വേറെ. 2007 ൽ മികച്ച സാമൂഹ്യ പ്രവർത്തകയ്ക്കുള്ള നെഹ്റു യുവക് കേന്ദ്രയുടെ പുരസ്ക്കാരം നേടിയ അവർ 2012 ൽ ഒരു ഗ്ലോബൽ യൂത്ത് മീറ്റിൽ പങ്കെടുക്കാൻ ജപ്പാനിൽ പോയിട്ടുണ്ട്. അതായത് ആൺപിറന്നവരുടെ നിഴലുകളായി രാഷ്ട്രീയത്തിലും ഭരണത്തിലും ഒതുങ്ങിക്കൂടാനുള്ള ആളല്ല രമ്യ. തന്റെ വഴിയിലൂടെ തന്റേതായ രീതിയിൽ സഞ്ചരിക്കാൻ രമ്യക്കറിയാം. അതു ആലത്തൂരിലെ തെരഞ്ഞെടുപ്പ് പ്രചാരണകാലത്ത് ലോകം കണ്ടു. ചുവപ്പുകോട്ടയായ ആലത്തൂർ പിടിച്ചടക്കുന്നതിൽ രമ്യയുടെ പ്രവർത്തന ശൈലി വലിയ പങ്കുവഹിച്ചിട്ടുണ്ട്. അല്ലായിരുന്നുവെങ്കിൽ 1,58,968 വോട്ടിന്റെ ഭൂരിപക്ഷം വിരുന്നുവന്ന ഈ സ്ഥാനാർത്ഥിക്ക് കിട്ടുകയില്ലായിരുന്നു എന്നു മൂന്നരത്തരം.







ചന്ദ്രവദന ആർ
ഫൗണ്ടർ ആന്റ് സിഇഒ
ഫോർട്യൂൺ ഫാക്ടറി

പരിഭാഷ : **ബോബ്ന ആന്റോ**

സന്തോഷമാണ് ഞങ്ങളുടെ വിജയരഹസ്യം

ജീവനക്കാരുടെ സന്തോഷം ഉത്പാദനത്തെ ത്വരിതപ്പെടുത്തുമെന്ന് മനസ്സിലാക്കുന്ന കമ്പനികൾ അവരുടെ സ്ഥാപനത്തിൽ അതിനുള്ള സാഹചര്യങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കാറുണ്ട്. മൾട്ടിനാഷണൽ കമ്പനിയായ ഗൂഗിളിൽ ചീഫ് ഹാപ്പിനസ്സ് ഓഫീസറുണ്ട്. യുണൈറ്റഡ് അറബ് എമിറേറ്റ്സിൽ സന്തോഷത്തിനായി ഒരു മന്ത്രാലയം വരെയുണ്ട്. (Ministry of Happiness).

ഏത് കമ്പനിയുടെ വിജയകഥ കേൾക്കുമ്പോഴും അതിനു പിന്നിലെ കാരണങ്ങൾ ഞാൻ വിലയിരുത്താറുണ്ട്. വിജയിച്ച കമ്പനികളെക്കുറിച്ച് പഠിക്കുമ്പോഴെല്ലാം ഒരു കാര്യം വ്യക്തമാണ്. അവർ കൈകാര്യം ചെയ്യുന്ന സൂഷ്മകാര്യങ്ങളിൽ പോലും കൃത്യത ഉറപ്പാക്കുന്നുണ്ട് ആ കൃത്യതക്ക് അവരെ സഹായിക്കുന്നത് ആ കമ്പനിയിലെ ജീവനക്കാരുടെ സന്തോഷമാണ്.

ബിസിനസ്സ് ഗവേഷകരുടെ സംഘം ഒരിക്കൽ ഒരു കമ്പനി ഉടമയോട് ചോദിച്ചു: താങ്കളുടെ വിജയത്തിന്റെ രഹസ്യമെന്താണ്? അയാളുടെ മറുപടി ഇപ്രകാരമായിരുന്നു. ''ഞങ്ങൾ ചെയ്യുന്ന ഓരോ പ്രവർത്തനങ്ങളും കമ്പനിയുടെ ലക്ഷ്യത്തിലേക്കുള്ള പ്രയാണമാണ്. ആ പ്രവർത്തികൾ ചെയ്യുന്ന ജീവനക്കാരും, നേതൃത്വം നൽകുന്ന മാനേജ്മെന്റും അവരവരുടെ പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ സന്തോഷവാന്മാരുമാണ്.''

സന്തോഷമെന്ന ആശയത്തെ നമുക്ക് കമ്പനിയുടെ മാനേജ്മെന്റിന് ലാഭമുണ്ടാകുമ്പോൾ മാത്രം ലഭിക്കുന്ന അനുഭവമായി കണ്ടാൽ പോര. അത് ഒരു കമ്പനിയുടെ എല്ലാ മേഖലകളിലേക്കും വ്യാപിപ്പിക്കണം. സന്തോഷവും സംതൃപ്തിയുമുള്ള ജീവനക്കാർക്കേ കമ്പനിയെ വളർത്താനാകൂ. അവർ ശുഷ്കാന്തിയോടെ ജോലി ചെയ്യുമ്പോൾ നിങ്ങളുടെ കമ്പനിക്ക് സംതൃപ്തരായ ഉപഭോക്താക്കളെ ലഭിക്കും.

ജീവനക്കാരുടെ സന്തോഷം ഉത്പാദനത്തെ ത്വരിതപ്പെടുത്തുമെന്ന് മനസ്സിലാക്കുന്ന കമ്പനികൾ അവരുടെ സ്ഥാപനത്തിൽ അതിനുള്ള സാഹചര്യങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കാറുണ്ട്. മൾട്ടിനാഷണൽ കമ്പനിയായ ഗൂഗിളിൽ ചീഫ് ഹാപ്പിനസ്സ് ഓഫീസറുണ്ട്. യുണൈറ്റഡ് അറബ് എമിറേറ്റ്സിൽ സന്തോഷത്തിനായി ഒരു മന്ത്രാലയം വരെയുണ്ട്. (Ministry of Happiness).

പ്രമുഖ കമ്പനികൾ ജോലിക്കാർക്ക് ഹാപ്പിനെസ്സ് കോച്ചിങ്ങ്, ടീം ബിൽഡിങ്ങ് കോച്ചിങ്ങ്, ഗെയിമുകൾ മുതലായവ സംഘടിപ്പിക്കുന്നത് ജീവനക്കാരെ സന്തോഷവാന്മാരും അതുവഴി ഊർജസ്വലരുമാക്കാനാണ്. ഇത്തരം കാര്യങ്ങളെ ഗൗരവത്തോടെ കാണുന്ന കമ്പനികൾക്ക് വിജയത്തിലെത്താൻ എളുപ്പമാണ്, താഴെ കൊടുക്കുന്ന 10 ഗവേഷണ നിഗമനങ്ങൾ ജീവനക്കാരുടെ സന്തോഷത്തിന് പ്രാധാന്യം നൽകേണ്ടതിന്റെ ആവശ്യകത വ്യക്തമാക്കുന്നു.

ഒരു ജീവനക്കാരന് താൻ മികച്ച പ്രകടനം കാഴ്ചവെച്ചെന്ന് തോന്നുന്നുവെങ്കിൽ/ തന്റെ കഴിവ് പൂർണ്ണമായും പ്രയോജനപ്പെടുത്തി എന്ന് ബോധ്യം വന്നാൽ അദ്ദേഹത്തിനുറപ്പിക്കാം: ഞാൻ നല്ല ഒരു കമ്പനിയിലാണ് പ്രവർത്തിക്കുന്നത്. സന്തോഷമുണ്ടാകുന്ന സാഹചര്യത്തിലല്ലാതെ ഒരാൾക്ക് സ്വന്തം കഴിവ് പൂർണ്ണമായി പുറത്തെടുക്കാനാകില്ലെന്നാണ് ഞാനും കരുതുന്നത്.

പ്രകടനം നന്നാകുമ്പോഴല്ലേ സന്തോഷം ഉണ്ടാകുന്നത്, സന്തോഷമുള്ളതു കൊണ്ടല്ലല്ലോ പ്രകടനം നന്നാകുന്നത് എന്ന് നിങ്ങൾ ചിന്തിച്ചേക്കാം. രണ്ടും പരസ്പരികതയോടെ മുന്നേറുന്ന ഘടകങ്ങളാണെങ്കിൽ കൂടെയും സന്തോഷമുള്ള സാഹചര്യങ്ങളിൽ തന്നെയാണ് പ്രവർത്തനക്ഷമത വർദ്ധിക്കുക എന്ന് പഠനങ്ങൾ തെളിയിക്കുന്നു. നിങ്ങളുടെ കമ്പനിയിലും പലതരത്തിൽ സന്തോഷം നിറക്കാം.

പരസ്പര ബന്ധങ്ങൾ വളർത്തുക:

കമ്പനിക്കുള്ളിൽ നല്ല സൗഹൃദങ്ങൾ വളർത്താനവസരമുണ്ടാകണം. അത് തൊഴിലാളികളുടെ സന്തോഷം വർദ്ധിപ്പിക്കും.

പ്രസന്നമായ ജോലി സാഹചര്യം ഒരുക്കുക:

വിശ്രമിക്കാനും, സംസാരിക്കാനുമൊക്കെ സ്ഥാപനത്തിൽ സാഹചര്യമുണ്ടാകണം. ഇരിപ്പിടവും മറ്റ് ഭൗതീക സൗകര്യങ്ങളും ഉചിതമായ രീതിയിൽ ക്രമീകരിക്കുക.

ചുമതലകൾ/അധികാരങ്ങൾ നൽകാം: തൊഴിലാളികൾക്ക് അവരുടെ കഴിവുകളറിഞ്ഞ് ഉത്തരവാദിത്വങ്ങൾ നൽകാം. അവരിലുള്ള വിശ്വാസം പ്രകടിപ്പിക്കാം.

സന്തോഷമുണ്ടായാൽ

1. **സന്തോഷമുള്ളവർ മറ്റുള്ളവരുമായി യോജിച്ച് പ്രവർത്തിക്കുന്നു.**
2. **സന്തോഷമുള്ള ജീവനക്കാർ കൂടുതൽ ക്രിയാത്മകമായി പ്രവർത്തിക്കുന്നു.**
3. **സന്തോഷവാന്മാർ പ്രശ്നങ്ങൾ തേടിപ്പോകുന്നവരോ പരാതിക്കാരോ ആയിരിക്കുകയില്ല, പകരം പരിഹാരകരുമായിരിക്കും.**
4. **സന്തോഷിതർ ഊർജ്ജസ്വലരായിരിക്കും.**
5. **അവർ ശുഭാപ്തിവിശ്വാസികളായിരിക്കും.**
6. **സന്തോഷമുള്ള ജോലിക്കാർ കാര്യങ്ങൾ വേഗത്തിൽ പൂർത്തിയാക്കാൻ ഉത്സാഹിക്കുന്നവരും മറ്റുള്ളവരെ പ്രചോദിപ്പിക്കുന്നവരുമാണ്**
7. **അവരെ രോഗങ്ങൾ പോലും പെട്ടെന്ന് കീഴടക്കില്ല.**
8. **സന്തോഷിതരായ ജോലിക്കാർ പെട്ടെന്ന് കാര്യങ്ങൾ പഠിക്കും, പരിശീലിക്കും.**
9. **അവർ അനാവശ്യമായി ആകുലപ്പെടില്ല. അതുകൊണ്ട് തന്നെ അവർക്ക് പിഴവുകൾ സംഭവിക്കാനുള്ള സാധ്യതയും കുറവായിരിക്കും**
10. **അവർ നല്ല തീരുമാനങ്ങൾ എടുക്കും.**

പ്രചോദിപ്പിക്കാം പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കാം:

ജീവനക്കാരെ ഉത്തരവാദിത്വങ്ങൾ പൂർത്തിയാക്കാൻ പ്രചോദിപ്പിക്കുകയും മികവുകൾ കണ്ടെത്തി പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യാം. ●



KOCHI TECH SUMMIT

15 JUNE 2019

evento is a Corporate Event Management & Training Company based in Bangalore.
We organise conferences, summits & workshops across India.

Kochi is an emerging city with various innovative tech startups, which brought into notice to launch our event Kochi Tech Summit 2019.

This Summit will be an ideal platform for the people from industries, technologies to understand and to leverage the latest technical use cases, work & innovations on our businesses and daily lives.

The Tech Summit provides a unique opportunity to connect with fellow digital enthusiasts working new technologies, domain & fields by bringing people together ranging from the MNCs, Industries, start-ups, regulators, education institutes, the biggest Corporate etc.

This event gives an opportunity to explore a myriad of themes and topics such as Emerging Technologies like Blockchain, IoT, AI & ML, Augmented Reality, Industry 4.0 and much more.

Tech Summit will bring Founders & Co-founders, Investors, Innovators, Developers, Students and C-Level decision makers at the same place.

Great opportunity to meet Industry experts, have Interactive sessions, panel discussion, exchange ideas, networks and establish relationships with other like-minded communities.

Our topic experts from Bangalore & Kerala will be part of this summit, so participants can have an opportunity to interact with and learn from them.

This helps its participants/delegates to understand how the new technologies work in the view of business/start-ups."

Venue:
Kerala Startup Mission
Kerala Technology Innovation Zone - Cochin
Kinfra Hi-Tech Park, HMT Colony, P.O, Kalamaserry, Kochi, Kerala 683 503

For Tech Summit details - https://www.eventoplanning.com/kochitechsummit

Corporate office:
1st Floor, Uniworld Commercial Block, Neeladri Road, Electronic City Phase 1, Bengaluru, Karnataka 560 100
Ph: 080 - 40951154, 097425 71119
contact@eventoplanning.com

Organiser:



Media Partner:

ഇഫെക്ടീവ് ആഡ്കോം eFFECTIVE ADCOM
THE FIRST ADVERTISING & MARKETING MAGAZINE IN MALAYALAM







ആസിഫ് അലി കോമു
മാനേജിംഗ് ഡയറക്ടർ
കോമു സൺസ് പ്രൊഡക്ഷൻസ്

പർദ ഫാഷനാണ്... കച്ചവടവും...

പർദയെക്കുറിച്ച്, മുഖാവരണത്തെക്കുറിച്ച് അങ്ങിനെയൊന്നും പറയരുതെ!

പഴയ കാല അനുഭവങ്ങൾ വെച്ച് കൊണ്ട് ഒരു വിവരണം തരട്ടെ !

ഞങ്ങളിൽ പലരും ഗൾഫു നാടുകളിൽ എത്തിയപ്പോൾ മണലുമാത്രമായിരുന്നു, അവിടങ്ങളിൽ. നീണ്ട് നിവർന്ന് കിടക്കുന്ന മരുഭൂമി. മണലാരണ്യം.

Sharjah മുതൽ Khorfakkan, Dibba, Kalbha വരെ ചെറിയ വഴികൾ എങ്ങും മണൽക്കാടും, ചുറ്റി കറങ്ങി നേരെ വരുന്ന മണൽകാറ്റും.

ദുബൈ വിട്ടാൽ അബൂദാബി വരെ മരുഭൂമിയും കൊടും മണൽ കാറ്റും. അന്ന് അവിടെ എത്തിപ്പെടാൻ നാല് മണിക്കൂറിലെറെ യാത്ര ചെയ്യണം അവർ അന്ന് ആ കലാവസ്ഥക്ക് അനുയോജ്യമാം വിധമാണ് വസ്ത്രം ധരിച്ചാണ് യാത്ര ചെയ്തിരുന്നതും. തലയിൽ കെട്ടാതെ മുഖം മറക്കാതെ യാത്ര ചെയ്തിരുന്ന നമ്മൾ മലയാളികളുടെ ചെവിയിലും മൂക്കിലും വായിലും മണൽ കയറുന്നതോടെ തലമുടിയിലും കയറി കൂടുമായിരുന്നു. കണ്ണിന്, ഇത് തടയാനുള്ള ശക്തി ദൈവം നൽകിയതുകൊണ്ട് കണ്ണ് തുറന്ന് വെച്ച് യാത്ര ചെയ്യുന്നതെന്ന് പറയുന്നതായിരിക്കും, ശരി. അല്ലെങ്കിൽ അവർ ഒരു വടിയും നീട്ടി, തോണ്ടി, തപ്പി തടഞ്ഞ് നടക്കേണ്ടി വരുമായിരുന്നില്ലെ.

ഇവിടെ ഈ നല്ല കാലാവസ്ഥയിൽ ഈ വസ്ത്രം ധരിക്കുന്നതെന്തിനാണെന്ന് മനസ്സിലാകുന്നില്ല. അല്ലെ. ഈ ശക്തമായ ചൂടത്തും കോട്ട് ഇട്ട് നടക്കുന്നുണ്ട് മലയാളികൾ. ടൈയും കെട്ടും. ഇവിടെ ഇവരെല്ലാം ഒരേ പാതയിലാണെന്ന് സാരം.

മണൽ കയറാതിരിക്കാൻ പ്രത്യേക തരത്തിൽ മൂക്ക് അടച്ച് നടക്കുന്നവരുമുണ്ടായിരുന്നു, ഗൾഫ് നാടുകളിൽ. ഇവിടെയും അത് അനുകരിക്കുകയും നടപ്പിലാക്കുകയും ചെയ്യുന്നതിലും തെറ്റുണ്ടെന്ന് തോന്നുന്നില്ല. കാരണം നാടെങ്ങും മാലിന്യ കൂമ്പാരങ്ങളാണ്. അതിൽ നിന്നും രക്ഷ നേടാൻ അറബികളെ പോലെ മൂക്കടക്കുന്നതും ഏറെ പ്രയോജനപ്പെടും.

ഇനി മുഖം മറക്കുന്നതിലും തെറ്റില്ല. കാരണം പഴയകാലവുമല്ല, മനുഷ്യരുമല്ല, ഇന്ന് ഇവിടെ ജീവിക്കുന്നതും. പീഢനകാലമാണിത്.

അവരെ നാം പേടിക്കണം.

മുഖം പുറത്ത് കാണിക്കാൻ പറ്റാത്ത അത്ര മോശമായിരിക്കുന്നു, നാടും നാട്ടാരും. ഗൾഫ് നാടുകളിൽ ഇതെല്ലാം കാലാവസ്ഥക്ക് അനുയോജ്യമായ വസ്ത്രങ്ങളാണ്.

ഒട്ടകപ്പുറത്ത് യാത്ര ചെയ്യുന്നവർ പൊടിക്കാറ്റ്, തലയിലും മുഖത്തും മൂക്കിലും മറ്റും അടിച്ച് കയറാതിരിക്കാൻ വസ്ത്രത്താൽ പ്രതിരോധിച്ച് ബുദ്ധിയുള്ള മനുഷ്യർ പരിഹാരം കണ്ടെത്തിയപ്പോൾ, വിവേക ബുദ്ധിയില്ലാത്ത ഒട്ടകത്തിന് മരുഭൂയിലെ മണൽ കാറ്റിൽ നിന്ന് രക്ഷനേടാൻ ജന്മനാൽ മൂക്കിന് അടപ്പ് ഉണ്ടാക്കി നൽകി ദൈവം അതിന് സംരക്ഷണമേകിയത് ഇതോടെ നാം ചേർത്ത് വായിക്കേണ്ടതും, മനസ്സിലാക്കേണ്ടതുമാണ്.

ഇവിടെ കേരളത്തിൽ 8 മാസം മഴയായതുകൊണ്ടും പലയിടത്തും ചെളിയും വെള്ളവുമായതുകൊണ്ടുമാണ് മുണ്ട് മടക്കികുത്തിയും, പൊക്കി പിടിച്ചും നാം നടക്കുന്നത്.

പുറംനാടുകളിൽ ഇവിടത്തെ പോലെ തുണി പൊക്കി കുത്തി, തുട കാട്ടി നടന്നാൽ വിവരം അറിയും. മൂട് പൊളിയും. അകത്താകും !

ആഘോഷവേളകളിൽ ഇവിടത്തെ വേദികളിൽ കയറുന്ന പ്രഗൽഭരും പ്രശസ്തരുമായ പല സിനിമാ നക്ഷത്രങ്ങളും നാടിൻ നായകരും മുണ്ടും പൊക്കി പിടച്ച് കയറുന്നതെന്തിനാണെന്നും പലപ്പോഴും മനസിലാകുന്നില്ല.

വസ്ത്രം ഒരാളുടെ ഇഷ്ടം മാത്രമല്ല, ഒരു സംസ്കാരവുമാണ്. അത് കാലാവസ്ഥക്ക് അനുയോജ്യമായിരിക്കണം. ഒപ്പം ആരോഗ്യത്തിന് ഉത്തമമായിരിക്കണം.

എന്തായാലും ഇവിടെ സംസ്കാരമില്ലായ്മ കൂടി വരുന്നതു കൊണ്ട് വിമർശിക്കപ്പെടുന്ന ഈ വസ്ത്രത്തിന്റെ പ്രധാന്യം ഏറെയാണ്. മനുഷ്യമൃഗങ്ങളെ പേടിച്ച് (അങ്ങിനെ പറയുന്നത് തന്നെ നല്ല മൃഗങ്ങളെ അപമാനിക്കലാണ്) അമുസ്ലീങ്ങളായ പലരും പർദ ധരിച്ചാണ് സാധനങ്ങൾ വാങ്ങാൻ ഷോപ്പിങ്ങ് മാളുകളിലും മറ്റും പോകുന്നതും.

ഒരാൾ വസ്ത്രം തിരഞ്ഞെടുക്കുന്നത് പല കാരണങ്ങളാലാണെന്ന് തിരിച്ചറിഞ്ഞ്, ഇടപ്പെടാതിരിക്കുന്നതാണ് ശരി. സ്വയം സാമാധാനിക്കുന്നതാണ് ബുദ്ധിയും. ●



Editorials of the month

ദിനപത്രങ്ങളിൽ പ്രസിദ്ധീകരിച്ച ശ്രദ്ധേയമായ എഡിറ്റോറിയലുകളുടെ സംഗ്രഹം.

ജന്മഭൂമി മേയ് 01, 2019

തൊഴിൽ സംസ്കാരം ഉയർന്നു നിൽക്കട്ടെ

തൊഴിലിന്റെ മഹത്വവും അതിനോടുള്ള ആത്മാർത്ഥതയും സമർപ്പണവും കർമ്മ മേഖലയുടെ മഹത്വവും വിശുദ്ധിയും വിളിച്ചോതി വീണ്ടും ഒരു തൊഴിലാളി ദിനം കൂടി കടന്നുപോയി. രാജ്യത്തിന്റെ ഭാഗധേയം നിർണ്ണയിക്കുന്നതിൽ തൊഴിലാളികളുടെ പങ്ക് എടുത്തു പറയേണ്ടതാണ്. കാലാകാലങ്ങളിൽ ഭരണ നേതൃത്വത്തിലിരിക്കുന്നവരുടെ ഇംഗിതത്തിന് അനുസരിച്ച് നയിക്കപ്പെടേണ്ട വിഭാഗമല്ല തൊഴിലാളികൾ എന്ന് തിരിച്ചറിയപ്പെടുന്നിടത്താണ് തൊഴിലാളി ദിനത്തിന്റെ പ്രസക്തി. കർമ്മമേഖലകളിൽ ഏതു തരത്തിലുമുള്ള ഉയർച്ചയ്ക്ക് ആത്മ സമർപ്പണം ചെയ്യുന്ന ഒരു സംസ്കാരം വളർത്തിയെടുക്കാൻ പ്രചോദനമാവുമ്പോഴാണ് വാസ്തവത്തിൽ തൊഴിലാളിദിനം അതിന്റെ യഥാർത്ഥ വഴിയിലെത്തുന്നത്. അങ്ങനെ ചിന്തിക്കുമ്പോൾ തൊഴിലാളി ദിനത്തിന്റെ പ്രാധാന്യവും ഗരിമയും അങ്ങനെതന്നെയോ എന്ന് സംശയിക്കേണ്ടി വരും. രാഷ്ട്രത്തിന്റെ പുനർനിർമ്മാണത്തിനായി സമർപ്പണ ബുദ്ധിയോടെ പ്രവർത്തിക്കുകയും അതിനൊപ്പം തങ്ങളുടെ അവകാശങ്ങളെ സംബന്ധിച്ച് കൃത്യമായ ധാരണയുണ്ടാവുകയും ചെയ്യുമ്പോഴാണ് തൊഴിലാളി സംഘടന യഥാർത്ഥ സംസ്കാരത്തിലെത്തുക. ജനങ്ങൾക്കൊപ്പം കൈകോർത്ത് പ്രവർത്തനപദ്ധതികളിൽ പങ്കാളികളായി തൊഴിലിന്റെ മഹത്വത്തെക്കുറിച്ച് അറിയിച്ചുകൊടുക്കുന്നതിലൂടെ യഥാർത്ഥ തൊഴിൽ സംസ്കാരം വിളംബരം ചെയ്യാൻ ഈ ദിനം പ്രചോദനമാകും. കരുത്തുറ്റ രാഷ്ട്രത്തിന് തൊഴിലാളികൾ അനിവാര്യമാണെന്ന് ഇത്തരുണത്തിൽ ബന്ധപ്പെട്ടവർക്ക് ഓർക്കാനുമാവട്ടെ.

മലയാളമനോരമ മേയ് 09, 2019

എ പ്ലസിലല്ല ജീവിതവിജയം

തുമ്പിയെക്കൊണ്ടു കല്ലെടുപ്പിക്കരുതെന്ന പഴമൊഴിയിൽ എല്ലാ കാലത്തേക്കുമുള്ള ഒരു നല്ല പാഠമുണ്ട്. പക്ഷേ അതു സൗകര്യപൂർവ്വം മറക്കുന്ന പല മാതാപിതാക്കളും കുട്ടികളെ പരീക്ഷയുടെയും പരീക്ഷാഫലത്തിന്റെയും പേരിൽ സമ്മർദത്തിന്റെ അങ്ങേയറ്റത്തെത്തിക്കുന്നതാണ് ഇവിടെ കണ്ടുവരുന്നത്. പരീക്ഷയിൽ മാർക്കു കുറഞ്ഞത് ജീവിതത്തിലെ നിർണ്ണായക തോൽവിയാണെന്ന മട്ടിൽ സ്വന്തം കുട്ടികളെ കൊടും പീഢനം അനുഭവിപ്പിക്കുന്ന രക്ഷിതാക്കളും നമുക്കൊപ്പമുണ്ടെന്നതിൽ ലജ്ജിക്കണം. മാതാപിതാക്കളെ തൃപ്തരാക്കും വിധം മാർക്കു നേടാനാവാത്ത അശക്തനും നിസ്സഹായനും നിരാശ്രയനുമായ കുട്ടിയോടു ക്രൂരത കാട്ടുന്നതിൽ രക്ഷാകർതൃത്വം എന്ന വിശിഷ്ടപദവിയുടെ അംശം പോലുമില്ല. തങ്ങളുടെ കുട്ടിയുടെ കഴിവുകളെയും പരിമിതികളെയും കുറിച്ച് തെറ്റായ ധാരണകളാണു പല രക്ഷിതാക്കൾക്കുമുള്ളത് എന്നതിന്റെ സാക്ഷ്യമാണ് ഈ ക്രൂരത. കർശനമായ നിയന്ത്രണങ്ങളും ശിക്ഷകളും ഇല്ലെങ്കിൽ കുട്ടികൾ വഷളായിപ്പോകും എന്ന തെറ്റായ ധാരണ പല രക്ഷിതാക്കൾക്കുമുണ്ട്. വടിയല്ല, വഴിയാണ് നമ്മുടെ കുട്ടികൾക്കു വേണ്ടത്. ആ നേർവഴിയൊരുക്കാൻ രക്ഷിതാക്കൾക്കും അധ്യാപകർക്കും സർക്കാരിനും സമൂഹത്തിനും കഴിയുകയും ചെയ്യും. അരുതാത്തതു കാണുമ്പോൾ അതു കുട്ടികളോടു ചൂണ്ടിക്കാട്ടാനും തിരുത്താനും കൈപിടിച്ചു നേർവഴി നടത്താനും നമുക്കു കഴിയണം. പുതിയ തലമുറയോടുള്ള രക്ഷിതാക്കളുടെ ഏറ്റവും വലിയ ഉത്തരവാദിത്വം തന്നെയാണത്. അല്ലാതെ എല്ലാവിഷയങ്ങൾക്കും എ പ്ലസ് നേടുക എന്നതല്ല വിദ്യാഭ്യാസത്തിന്റെയും ജീവിതത്തിന്റെയും ആത്യന്തിക ലക്ഷ്യം.

ദീപിക മേയ് 13, 2019

ശുചിത്വ യജ്ഞം അഭിനന്ദനീയം; ആവേശം തുടരട്ടെ

മലിനീകരണം കേരളം നേരിടുന്ന അതീവ ഗുരുതരമായ പ്രശ്നമാണ്. ഇതെക്കുറിച്ചു വ്യാപകമായ ബോധവത്ക്കരണം നടക്കുന്നുണ്ടെങ്കിലും കാര്യമായ ഫലമുണ്ടായിട്ടില്ല. മഴക്കാലത്തിനു മുമ്പുതന്നെ നിരത്തുകളും ജലാശയങ്ങളുമൊക്കെ വൃത്തിയാക്കുന്നതു വെള്ളത്തിന്റെ ഒഴുക്ക് സുഗമമാക്കാനും പകർച്ചവ്യാധികളുടെ വ്യാപനം തടയാനും ഉപകരിക്കും. ഇപ്പോൾ പല പൊതു നിരത്തുകളിലും മാലിന്യം കുന്നുകൂടിക്കിടക്കുന്നു. മഴക്കാലം വരാറായി. മാലിന്യ നിർമ്മാർജനം ഊർജിതമായി നടപ്പാക്കേണ്ട സമയമാണിത്. സംസ്ഥാനതലത്തിൽ രണ്ടുദിവസം നടന്ന ശുചീകരണ യത്നത്തിൽ തദ്ദേശസ്ഥാപനങ്ങളും സന്നദ്ധ സംഘടനകളും ഭാഗമായി. ശുചീകരണ യത്നത്തിന്റെ ഭാഗമായി ജൈവമാലിന്യങ്ങൾ കുഴിയെടുത്തു മറവു ചെയ്തു. അജൈവമാലിന്യങ്ങൾ ക്ലീൻ കേരള പദ്ധതി ഏറ്റെടുക്കും. ശുചിത്വ പാലനത്തിന് ദേശീയതലത്തിൽ ചില പദ്ധതികൾ ആവിഷ്ക്കരിച്ചിട്ടുണ്ട്. സ്വച്ഛ് ഭാരത് മിഷൻ നടപ്പാക്കുന്ന പദ്ധതിയാണിത്. ഇതിൽ പൂർണ്ണ വിജയം കരസ്ഥമാക്കുവാൻ കഴിഞ്ഞില്ലെങ്കിലും ദേശീയ തലത്തിൽ വിജയിച്ചിട്ടുണ്ട്. ശുചിത്വം നമ്മുടെ ജീവിതചര്യയുടെ ഭാഗമാകണം. വ്യക്തി ശുചിത്വത്തിൽ ശ്രദ്ധിക്കുന്ന നമുക്കുപൊതുസ്ഥലങ്ങളെക്കുറിച്ചുകൂടി ജാഗ്രതയും ഉത്സാഹവും ഉണ്ടാക്കണം. പരിസര മലിനീകരണമാണു പല പകർച്ചവ്യാധികൾക്കും മൂലകാരണം. നമ്മുടെ പുഴകളും തോടുകളും കുളങ്ങളും പൊതു നിരത്തുകളും വൃത്തിയായി കിടക്കട്ടെ. അതിനായി ഓരോ പൗരനും ശ്രമിക്കട്ടെ.

മംഗളം മേയ് 14, 2019

കർത്തവ്യം മറന്ന അദ്ധ്യാപകർ

അദ്ധ്യാപകർ സമൂഹത്തിനാകെ മാർഗനിർദ്ദേശം നൽകുന്ന വ്യക്തിത്വങ്ങളാണെന്നാണ് പൊതുവായ കാഴ്ചപ്പാട്. നാളത്തെ തലമുറയെ സ്വഭാവമഹിമയോടെ വാർത്തെടുക്കാൻ സമൂഹം ഭാരമേൽപ്പിച്ചിരിക്കുന്നത് അദ്ധ്യാപകരെയാണ്. വിദ്യാസമ്പന്നരും സത്യസന്ധരുമായ പൗരന്മാരാണ് ഓരോ രാജ്യത്തിന്റെയും സമ്പത്ത് എന്നു തന്നെ പറയാം. നല്ല മനുഷ്യരായി പരിണമിക്കുന്നതിനൊപ്പം നല്ല പൗരന്മാർ കൂടിയാകുന്നതിനുള്ള പരിശീലനം നൽകേണ്ട സ്ഥലമാണ് വിദ്യാലയങ്ങൾ. ഇന്ന് വിദ്യാഭ്യാസ രംഗം അറിവ് വർദ്ധിപ്പിക്കുന്ന പ്രാഥമികമായ കർത്തവ്യത്തിൽ നിന്ന് വഴിമാറി മത്സരാധിഷ്ഠിതമായ രീതികളിലേക്ക് എത്തിയിരിക്കുകയാണ്. മറ്റു വിദ്യാർത്ഥികളേക്കാൾ ഒരു പടി മുന്നിൽ നിൽക്കാൻ ഓരോ വിദ്യാർത്ഥിയേയും പ്രേരിപ്പിക്കുന്ന വാശിയുടെയും പോരാട്ടത്തിന്റെയും വേദിയായി കൂടി വിദ്യാഭ്യാസരംഗം മാറിക്കഴിഞ്ഞു. ഇത് സ്ക്കൂളുകൾ തമ്മിലുള്ള മത്സരത്തിലേക്കും തിരിഞ്ഞതോടെ ഹിതകരമല്ലാത്ത പ്രവണതകളും കണ്ടു തുടങ്ങിയിരിക്കുകയാണ്. സ്കൂളുകളുടെ വിജയശതമാനം ഉയർത്താൻ വേണ്ടി ഏതു തലം വരെ പോകാനും മടികാണിക്കാത്ത അവസ്ഥയിലേക്കു മാറിയിരിക്കുന്നു കാര്യങ്ങൾ. കേരളത്തിലെ വിദ്യാഭ്യാസ രംഗത്തിനാകമാനം നാണക്കേടുണ്ടാക്കുന്ന സംഭവമാണ് അദ്ധ്യാപകൻ വിദ്യാർത്ഥികളുടെ പരീക്ഷാ കടലാസ് തിരുത്തിയത്. സ്കൂളിൽ പഠന നിലവാരത്തിൽ പിന്നിൽ നിൽക്കുന്ന വിദ്യാർത്ഥികളെ സഹായിക്കാനായി ചെയ്തതാണ് ഇതെന്നായിരുന്നു വിശദീകരണം. പിന്നോക്കം നിന്ന വിദ്യാർത്ഥികളെ കൂടുതൽ മികവിലേക്കു നയിക്കാൻ അവർക്ക് സാധിച്ചില്ല. അദ്ധ്യാപകരെന്ന നിലയിലും ഉത്തരവാദിത്വമുള്ള സമൂഹജീവി എന്ന നിലയിലും രാജ്യത്തെ പൗരൻ എന്ന നിലയിലും പരാജയമാണെന്ന് തെളിയിച്ച ഇവർ അദ്ധ്യാപകരെന്ന പേരിനു പോലും അർഹരല്ല.

മാതൃഭൂമി മേയ് 19, 2019

കിഫ്ബി ചരിത്രമെഴുതുമ്പോൾ

സാമ്പത്തിക രംഗത്ത് കേരളം പുതിയ ചരിത്രമെഴുതിയിരിക്കുന്നു. പശ്ചാത്തല സൗകര്യ വികസനത്തിന് പണം സ്വരൂപിക്കാൻ കേരളം രൂപവത്കരിച്ച കിഫ്ബിക്ക് ലണ്ടൻ സ്റ്റോക്ക് എക്സ്ചേഞ്ചിൽ ലിസ്റ്റ് ചെയ്ത മസാല ബോണ്ടുവഴി 2150കോടി രൂപ സമാഹരിക്കാനായി. അതിന്റെ വിജയാഘോഷമെന്ന നിലയിൽ ലണ്ടൻ ഓഹരി വിപണി തുറക്കാൻ അവസരം ലഭിച്ചത് മുഖ്യമന്ത്രി പിണറായി വിജയനാണ്. വിദേശവിപണിയിൽ കടപത്രം ലിസ്റ്റു ചെയ്യുന്ന ഇന്ത്യയിലെ ആദ്യത്തെ സർക്കാർതല സ്ഥാപനമെന്ന ഖ്യാതിയും കിഫ്ബിക്ക് കൈവന്നിരിക്കുന്നു. കിഫ്ബിയെ സംബന്ധിച്ച് ഇത് തീർച്ചയായും അഭിമാനാർഹമായ നേട്ടമാണ്. എന്നാൽ കേരളത്തിന് ഇത് എത്രത്തോളം നേട്ടമുണ്ടാക്കുമെന്നത് ഭാവി പ്രവർത്തനങ്ങളുടെ ഗതിവിഗതികളെ ആശ്രയിച്ചിരിക്കും. വിജയാഘോഷവേളയിൽ മസാലബോണ്ട് വിൽപ്പനയെക്കുറിച്ച് പ്രതിപക്ഷം വിമർശനങ്ങൾ ഉയർത്തുന്നുണ്ട്. പ്രതിപക്ഷത്തിന് ചോദ്യങ്ങളുണ്ടാവണം. സർക്കാരിന് ഉത്തരങ്ങളും. ഇതിനകം 44,000 കോടി രൂപയുടെ പദ്ധതികൾക്ക് കിഫ്ബി അനുമതി നൽകിയെന്നാണ് കണക്ക്. പദ്ധതികൾ അനുവദിക്കുക മാത്രമല്ല സമയബന്ധിതമായി പൂർത്തിയാക്കുകയും ജനങ്ങൾക്ക് പ്രയോജനപ്പെടുകയും ചെയ്യുന്നു എന്നതും കൂടിയാണ് വിജയത്തെ നിർണ്ണയിക്കുന്നത്. അതിന് പ്രതീക്ഷകളുടെ അടിത്തറ മാത്രം പോരാ ശക്തവും കാര്യക്ഷമവുമായ പ്രവർത്തനവും വേണം. അത് നടക്കുന്നുണ്ടെന്ന് ജനങ്ങൾക്ക് ബോധ്യമാവുകയും വേണം.

ദീപിക മേയ് 21, 2019

ഊർജ്ജോത്പാദനം കൂടുതൽ ഊർജിതമാക്കണം

ഊർജ്ജോപയോഗത്തിൽ കർശനമായ നിയന്ത്രണം പാലിക്കാനും ഊർജ്ജോത്പാദനത്തിനു കൂടുതൽ സുരക്ഷിതവും പരിസ്ഥിതി സൗഹൃദവുമായ മാർഗങ്ങൾ സ്വീകരിക്കാനും ലോകം തയാറാകേണ്ടിയിരിക്കുന്നു. ഊർജ്ജരംഗത്തു പ്രവർത്തിക്കുന്ന ശാസ്ത്രജ്ഞർ ഏറെക്കാലമായി ഓർമിപ്പിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുന്ന കാര്യമാണിത്. പല രാഷ്ട്രങ്ങളും പ്രസ്ഥാനങ്ങളും ഇക്കാര്യത്തിൽ വലിയ ശ്രദ്ധ കൊടുക്കുന്നുണ്ട്. ഊർജ്ജോത്പാദനത്തിൽ ഏറെ പിന്നോക്കം നിൽക്കുന്ന സംസ്ഥാനമാണു കേരളം എന്നാൽ വൈദ്യുതി ഉൾപ്പെടെ എല്ലാവിധ ഊർജ്ജങ്ങളുടെയും ഉപയോഗം ഇവിടെ ദിനംപ്രതി ഗണ്യമായി വർദ്ധിച്ചുവരുകയും ചെയ്യുന്നു. പാരമ്പര്യേതര ഊർജ്ജോത്പാദനത്തിനു നാം ഏറെ പ്രാധാന്യം കൊടുക്കേണ്ടിയിരിക്കുന്നു. സൗരോർജ്ജം ഉൽപാദിപ്പിക്കുന്നതിൽ കേരളം താൽപ്പര്യം കാട്ടുന്നതു ശുഭോദർക്കമാണ്. ലോകത്തിൽ പൂർണ്ണമായും സൗരോർജ്ജത്താൽ പ്രവർത്തിക്കുന്ന ഏക വിമാനത്താവളമായ സിയാൽ കേരളത്തിലാണല്ലോ ഉള്ളത്. ചെലവുകുറഞ്ഞ ഊർജ്ജം എന്ന നിലയിലാണ് സൗരോർജ്ജത്തിന്റെ ഉപയോഗം സർക്കാർ പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുന്നത്. നിലവിലുള്ള സേവന മേഖലകളിലും ഉപകരണങ്ങളിലും ഊർജ്ജക്ഷമത ഉറപ്പാക്കാനും പുതിയ ഊർജ്ജ സ്രോതസുകൾ വികസിപ്പിക്കാനും ജനസഹകരണത്തോടെ ഊർജ്ജ സംരക്ഷണം നടപ്പാക്കാനും കൂടുതൽ പദ്ധതികൾ ആവശ്യമാണ്. ജലവൈദ്യുത പദ്ധതികളെ മാത്രം ആശ്രയിച്ചു മുന്നോട്ടു പോകാനാവില്ലെന്നു വ്യക്തമായിരിക്കേ കേരളം ഇതര ഊർജ്ജ മാർഗങ്ങൾ വികസിപ്പിക്കുന്നതിൽ കൂടുതൽ ഉത്സാഹം കാട്ടേണ്ടിയിരിക്കുന്നു.





ജോൺ കുര്യൻ വടക്കേക്കര
Ph: 94474 35091
image.jkmrt@gmail.com

കരിയർ പഠന കോഴ്സുകൾ

സ്വയംതാനാരാണെന്ന് മനസ്സിലാക്കാത്തവന്റെ ജ്ഞാനം ഫലമില്ലാത്തതാണ്–ഇറാസ്മസ്

നിങ്ങൾ എന്ന വ്യക്തി എപ്പോഴും നിങ്ങളായിരിക്കുക. അതിനായി നിങ്ങളെ അറിയുക. നിങ്ങളുടെ ബലവും ബലഹീനതയും മനസ്സിലാക്കുക. സ്വയം ദുർബലനാവാതെ ശക്തികൊണ്ട് ശക്തി ആർജിക്കുക. വിജയം ചിന്തിക്കുക. നല്ലതുമാത്രം പ്രവൃത്തിക്കുക. ഓരോ ദിവസവും മെച്ചപ്പെടുക.

കരോളിടകാക്സ് ഹംഗറിയൻ സൈന്യത്തിലെ ഉദ്യോഗസ്ഥനായിരുന്നു. പിസ്റ്റൾ ഷൂട്ടിങ്ങിൽ മികവു തെളിയിച്ചിരുന്നുവെങ്കിലും സർജന്റുമാരെ ഒളിംപിക്സിൽ പങ്കെടുക്കുവാൻ ഹംഗറി അനുവദിക്കാതിരുന്നതുകൊണ്ട്, അദ്ദേഹത്തിനു 1936ലെ ഒളിംപിക്സിൽ പങ്കെടുക്കുവാൻ സാധിച്ചില്ല. പക്ഷേ, 1936ലെ ബർലിൻ ഒളിംപിക്സിനു ശേഷം ഹംഗറി ആ നിയമം എടുത്തുകളഞ്ഞു. അങ്ങനെ 1940ലെ ടോക്യോ ഒളിംപിക്സിൽ പങ്കെടുക്കാനുള്ള മോഹവുമായി കരോളി പരിശീലനം തുടർന്നു.

അപ്രതീക്ഷിതമായാണ് 1938ൽ, സൈനിക പരിശീലനത്തിനിടയിൽവച്ച് ഒരു ഗ്രനേഡ് പൊട്ടിത്തകർന്ന് കരോളിയുടെ വലതുകൈ അറ്റുപോയത്. മറ്റാരെയുമറിയിക്കാതെ കരോളിടകാക്സ് മനസ്സും ശരീരവും മടുക്കാതെ ഇടതുകൈകൊണ്ട് പരിശീലനം തുടർന്നു. 1939ലെ ഹംഗറി ദേശീയ പിസ്റ്റൾഷൂട്ടിംഗ് ചാമ്പ്യൻഷിപ്പിൽ എല്ലാവരെയും അത്ഭുതപ്പെടുത്തിക്കൊണ്ട് അദ്ദേഹം സ്വർണമെഡൽ നേടി.

പക്ഷേ, കരോളി കാത്തിരുന്ന ഒളിംപിക്സ് സ്വർണ്ണമെന്ന ലക്ഷ്യം 1940ലെയും 1944ലെയും ഒളിമ്പിക്സിൽ രണ്ടാംലോക മഹായുദ്ധം കാരണം ഉപേക്ഷിക്കപ്പെട്ടതുകൊണ്ട് വീണ്ടും കാത്തിരിക്കേണ്ടിവന്നു. മനസ്സു പതറാതെ പരിശീലനം തുടർന്നുകൊണ്ടിരുന്നു. 1948ലെ ലണ്ടൻ ഒളിമ്പിക്സ് വന്നപ്പോൾ കരോളിക്ക് 38 വയസ്സുണ്ടായിരുന്നു. അങ്ങനെ ലോക ചാമ്പ്യനായിരുന്ന കർലോസ്സെയിനസ്വാലിയന്റിനെ തോൽപിച്ച് കരോളി സ്വർണ്ണം നേടി. നാലുവർഷം കഴിഞ്ഞ് 1952ലെ ഹെൽസിങ്ക് ഒളിമ്പിക്സിലും കരോളി ടകാക്സ് വിജയം ആവർത്തിച്ചു.

സ്വപ്നംകണ്ടതുകൊണ്ടോ ലക്ഷ്യമിട്ടതുകൊണ്ടോ വിജയി ആകണമെന്നില്ല. ഇവയൊക്കെ യാഥാർത്ഥ്യമാക്കുന്നതിനാവശ്യമായ ദൃഢനിശ്ചയവും ലക്ഷ്യബോധവും പലർക്കും ഉണ്ടാവില്ല. ചിലപ്പോൾ കരോളിടകാക്സിനെപ്പോലെ കാത്തിരിക്കുവാൻ ക്ഷമയോ ഇച്ഛാശക്തിയോ ഉണ്ടാവണമെന്നില്ല. വിജയത്തിലെത്താൻ വലിയ അളവിലുള്ള ആത്മാർപ്പണവും നിശ്ചയദാർഢ്യവും ആവശ്യമാണ്. നിങ്ങളുടെ ഭാവിയിലേക്കുള്ള വീക്ഷണവും പരിശ്രമവും ഓരോ ദിവസവും ശക്തിപ്പെടുത്തുക. അനുയോജ്യമായ കരിയർ ലക്ഷ്യമാക്കുക.

പഠനകോഴ്സുകളിലേക്കുള്ള എൻട്രൻസിനെക്കുറിച്ചും പഠിക്കേണ്ട കോളേജുകളെക്കുറിച്ചും പഠനകാലാവധിയെക്കുറിച്ചുമുള്ള അറിവ് ഒരു വിദ്യാർത്ഥിക്കുണ്ടായിരിക്കേണ്ടതാണ്. നല്ല വിദ്യാഭ്യാസം നല്ല കലാലയങ്ങളിൽ, നല്ല സാഹചര്യങ്ങളിൽ വളർത്തേണ്ടതും പരിപോഷിപ്പിക്കേണ്ടതും അയാൾ തന്നെയാണ്. പഠിച്ചു പഠിച്ചു വളരുക. കാലത്തിനനുസരിച്ച് പരിശീലനം തുടരുക. തൊഴിലിൽ അറിവു നേടുക. തക്കസമയത്തു ജീവിതവിജയം നിങ്ങളിൽ വന്നു ചേരും.

മുന്നോട്ടുള്ള പഠനത്തിന് എണ്ണിയാൽ തീരാത്ത അത്ര കോഴ്സുകൾ ഇന്ന് ലഭ്യമാണ്. മെഡിക്കൽ, എഞ്ചിനീയറിംഗ് കോഴ്സുകളെപ്പറ്റി മുൻലക്കങ്ങളിൽ പറഞ്ഞിട്ടുണ്ടല്ലോ. ഏതാനും ചില കോഴ്സുകളുടെ വിവരങ്ങൾ അടുത്ത പേജിൽ.

COURSE DETAILS

1. Course: Acutrial Science
   Duration: 3 yrs
   Eligibilty: 10+2
   Job Profiles: Acturial Trainee, Project Manager, Insurance Officer

2. Course: Agriculture
   Duration: 4 to 5 yrs
   Eligibilty: 10+2
   Job Profiles: Finance Executive, Agricultural Scien tist, Researcher, Rubber Technologist
   Selection: Entrnace exam held by ICAR

3. Course: Antropology
   Duration: 3 Yrs
   Eligibilty: 10+2 Science for a BSC in Anthropology
   Job Profiles: Anthropologist, Researcher, Officer
   Selection: Entrance exam for MBBS

4. Course: Architecture
   Duration: 5 yrs
   Eligibilty: 10+2 Science
   Job Profiles: Architect Trainee, Interior decorator, Urban designer, Rural Planner
   Selection: Aptitude test in Architecure

5. Course: Ayurveda Medicine and Surgery
   Duration: 5 & 1/2 yrs includes six months internship
   Eligibilty: 10+2 with physics, chemistry and biology
   Job Profiles: Ayurvedic Practioner in Govt Ayurveda Hospital, Research Scientist, Ayurveda Consultant

6. Course: BBA
   Duration: 3 yrs
   Eligibilty: 10+2
   Job Profiles: Sales Executive, Research Assitiant, Office Executive, Officer, Asst Manager

7. Course: Bio Chemistry
   Duration: 3 yrs Eligibilty: 10+2 Science
   Job Profiles: Drug Researcher, Sales Executive, Pharmaceutical Executive, R&D, Bio-Technologist

8 Course: Botany
   Duration: 3 yrs
   Eligibilty: 10+2 in Science
   Job Profiles: Research Scientist, Botanist, Ecologist, Taxonomist,Conservationist

9. Course: Clinical Research
   Duration: 3 to 4 yrs
   Eligibilty: 10+2 or graduation,
   A science back ground gives preference Clinicla
   Job Profiles: Research Associate, Bio- Statistician

10. Course: Commerce
   Duration: 3 yrs
   Eligibilty: 10+2
   Job Profiles: Accounts Executive, Finance Officer, Cost Accountant, Administrative Officer, Buisness Development Officer



സുധീർ മേനോൻ
സി.ഇ.ഒ.
മേനോൻ ആന്റ് മേനോൻ ട്രാവൽസ്

യാത്ര ചെയ്യാം ശരിയായ ദിശയിൽ

യാത്ര ചെയ്യുമ്പോൾ റിയർ വ്യൂ മിററിൽ നോക്കിയാൽ മുൻപോട്ട് നീങ്ങാൻ നിങ്ങൾക്ക് വഴി തന്ന വാഹനങ്ങളെ കാണാം. ജീവിതയാത്രയിൽ മുന്നോട്ട് നീങ്ങുമ്പോഴും ഒന്ന് തിരിഞ്ഞുനോക്കാൻ മറക്കേണ്ട. പ്രതിസന്ധികളിൽ കൂടെ നിന്നവർ, ബലപ്പെടുത്തിയവർ, സഹായിച്ചവർ... അവരെ മറക്കാതിരിക്കാം.

വ്യക്തിപരമായ ആവശ്യങ്ങൾക്കും ബിസിനസ്സ് ആവശ്യങ്ങൾക്കുമായി എനിക്ക് ധാരാളം ദീർഘദൂര യാത്രകൾ ചെയ്യേണ്ടിവരാറുണ്ട്. കൂടാതെ ഞാനൊരു ട്രാവൽ ഏജൻസിയുടെ ഉടമകൂടിയാണ്.

യാത്ര തുടങ്ങുന്നതിന് മുമ്പ് ഒരു ലക്ഷ്യസ്ഥാനം മുൻപിൽ കാണും. നമ്മൾ എങ്ങോട്ടാണ് പോകുന്നത് എന്ന ചോദ്യത്തിന് കൃത്യമായ ഉത്തരമുണ്ടാകും. ആ ലക്ഷ്യത്തിലെത്തി കഴിയുമ്പോൾ പുതിയ ലക്ഷ്യങ്ങൾ സ്വപ്നം കാണും. ലക്ഷ്യ സ്ഥലത്തെക്കുറിച്ച് നിശ്ചയമില്ലെങ്കിൽ പോകേണ്ട ദിശയും ദൂരവും വേഗതയുമൊന്നും നമുക്ക് തീരുമാനിക്കാൻ സാധിക്കില്ല.

ബിസിനസ്സ് മാനേജ്മെന്റ് പുസ്തകങ്ങളിലും ഇങ്ങനെയൊരു ലക്ഷ്യത്തെക്കുറിച്ച് പ്രതിപാദിക്കുന്നുണ്ട്. ഞാൻ എന്റെ ട്രാവൽ ഏജൻസി ആരംഭിക്കുന്നത് ഒരു അംബാസഡർകാർ മാത്രം സ്വന്തമായുള്ളപ്പോഴാണ്. അന്ന് സ്വന്തം കമ്പനിയുടെ ലോഗോയും പേരും പതിപ്പിച്ച് എറണാകുളം ടൗണിലൂടെ യാത്രക്കാരെ കൊണ്ട് പോകുന്ന ഒരു വിലകൂടിയ കാർ ഞാൻ സ്വപ്നം കണ്ടു. ആ ലക്ഷ്യം സാക്ഷാത്കരിച്ചപ്പോൾ പുതിയ പുതിയ സ്വപ്നങ്ങൾ കണ്ടു.



യാത്ര തുടങ്ങുന്നതിന് മുമ്പ് ഒരു ലക്ഷ്യസ്ഥാനം മുൻപിൽ കാണും. നമ്മൾ എങ്ങോട്ടാണ് പോകുന്നത് എന്ന ചോദ്യത്തിന് കൃത്യമായ ഉത്തരമുണ്ടാകും. ആ ലക്ഷ്യത്തിലെത്തി കഴിയുമ്പോൾ പുതിയ ലക്ഷ്യങ്ങൾ സ്വപ്നം കാണും. ലക്ഷ്യസ്ഥലത്തെക്കുറിച്ച് നിശ്ചയമില്ലെങ്കിൽ പോകേണ്ട ദിശയും ദൂരവും വേഗതയുമൊന്നും നമുക്ക് തീരുമാനിക്കാൻ സാധിക്കില്ല.

യാത്രയിൽ അപ്രതീക്ഷിത സംഭവങ്ങളും പ്രതീക്ഷിക്കാം... ജീവിതത്തിലും...! ഒരു ഹെൽത്ത് ഇൻഷുറൻസ് എടുക്കാനോ ലൈഫ് ഇൻഷുറൻസ് എടുക്കാനോ മടിക്കേണ്ട.

യാത്ര ചെയ്യുമ്പോൾ റിയർ വ്യൂ മിററിൽ നോക്കിയാൽ മുൻപോട്ട് നീങ്ങാൻ നിങ്ങൾക്ക് വഴി തന്ന വാഹനങ്ങളെ കാണാം. ജീവിതയാത്രയിൽ മുന്നോട്ട് നീങ്ങുമ്പോഴും ഒന്ന് തിരിഞ്ഞുനോക്കാൻ മറക്കേണ്ട. പ്രതിസന്ധികളിൽ കൂടെ നിന്നവർ, ബലപ്പെടുത്തിയവർ, സഹായിച്ചവർ... അവരെ മറക്കാതിരിക്കാം.

യാത്രയിൽ കൺട്രോൾ പാനലിലൂടെ ഇടക്ക് കണ്ണോടിക്കാം. അപ്പോൾ വാണിങ്ങ് സിഗ്നലുകൾ കാണാതെ പോകില്ല. ഈ ദീർഘദൂരയാത്രയ്ക്കിടെ ഇടക്കൊന്ന് വിശ്രമിക്കാം. കുടുംബത്തോടൊപ്പം ഒരു യാത്ര പോകാം. നിങ്ങളുടെ സാന്നിധ്യം വേണ്ടവർക്ക് അത് നല്കാം. കൂടുതൽ ഊർജ്ജസ്വലതയോടെ മുന്നോട്ട് നീങ്ങാൻ വിശ്രമം കരുത്ത് നൽകും.

ഇനി നമുക്ക് യാത്ര തുടരാം.

റോഡിലൂടെ ദീർഘദൂരം യാത്ര ചെയ്യുമ്പോൾ ടാങ്കിലുണ്ടാകേണ്ട പെട്രോളിനെക്കുറിച്ചും റേഡിയേറ്ററിൽ വെള്ളം നിറക്കേണ്ടതിനെക്കുറിച്ചും, എൻജിൻ ഓയിൽ, ടയറിന്റെ കാറ്റ്, മുതലായവയെക്കുറിച്ചും ധാരണയും മുൻകരുതലും ഉള്ളപ്പോഴൊക്കെ യാത്രക്കാർക്ക് സുരക്ഷിതരായി മുന്നോട്ട് നീങ്ങാം. വഴിയിൽ ടയർ പഞ്ചറായാൽ മറ്റൊന്ന് കൈവശമുണ്ടെങ്കിൽ മാറ്റിയിട്ട് എളുപ്പം മുന്നേറാം.

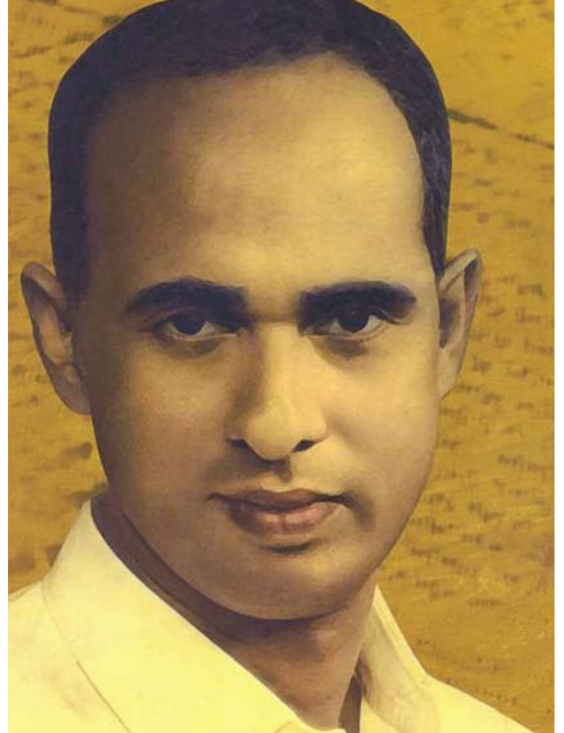
നാൽക്കവലകളിലെത്തുമ്പോൾ എങ്ങോട്ട് തിരിയണമെന്ന് സംശയം വരാം. ഇത്തരത്തിൽ കാർയാത്രയിൽ പാലിക്കേണ്ട തത്വങ്ങളൊക്കെ ജീവിതത്തിലും ഉപയുക്തമാണ്. ജീവിതത്തിലും നിങ്ങളുടെ ആഗ്രഹംപോലെ എല്ലാം നടന്നെന്ന് വരില്ല. അപ്പോൾ മറ്റൊരു പദ്ധതി ആവിഷ്കരിച്ച് മുന്നോട്ട് പോകണം. ലക്ഷ്യങ്ങളിലേക്കുള്ള പ്രയാണത്തിൽ നാൽക്കവലകളിലെത്തുമ്പോൾ എങ്ങോട്ട് തിരിയണമെന്ന് അറിയാതെ വരാം. അപ്പോൾ അറിവും അനുഭവവുമുള്ള വിദഗ്ദരുടെ സഹായം തേടാം.

യാത്രയിൽ അമിതവേഗത അപകടം വിളിച്ചുവരുത്തും. ജീവിതലക്ഷ്യത്തിലേക്കുള്ള പ്രയാണത്തിലും അമിതവേഗത നല്ലതല്ല. കാർ നിങ്ങളുടെ കൺട്രോളിലാകണം. അത്യാവശ്യ സമയങ്ങളിൽ ബ്രേക്കിടണം. ജീവിതം ഒരു നിയന്ത്രിതവേഗത്തിൽ സഞ്ചരിക്കട്ടെ. പണം നേടാനോടുമ്പോൾ പലതും മറക്കുന്നവരെ കണ്ടിട്ടില്ലേ. ഉള്ള പണം കൃത്യമായും സുരക്ഷിതമായും നിക്ഷേപിക്കാൻ പോലും ഇത്തരക്കാർ മറന്നുപോകും.



ശേഷം പത്ര വിശേഷം

വിസ്മയങ്ങൾ വേണ്ടുവോളം ഒരുക്കിയ പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളുടെ വിടവാങ്ങലുകൾ! പത്രലോകത്തെ ഒളിയമ്പുകൾ! പത്രസ്ഥാപനങ്ങളിലെ ഇടനാഴികളിൽ രൂപം കൊണ്ട കൊടുങ്കാറ്റുകൾ! കടലാസ് യുദ്ധങ്ങൾ! ഉഗ്രപ്രതാപികളായ പത്രാധിപന്മാരുടെ വീരകഥകൾ, കുതികാൽ വെട്ടൽ, പിടിച്ചടക്കൽ, പകപോക്കൽ എല്ലാം അനാവരണം ചെയ്യുന്ന പരമ്പര.



കാമ്പിശ്ശേരിയുടെ കഥ ജനയുഗത്തിന്റേയും

ഭാഗം–3

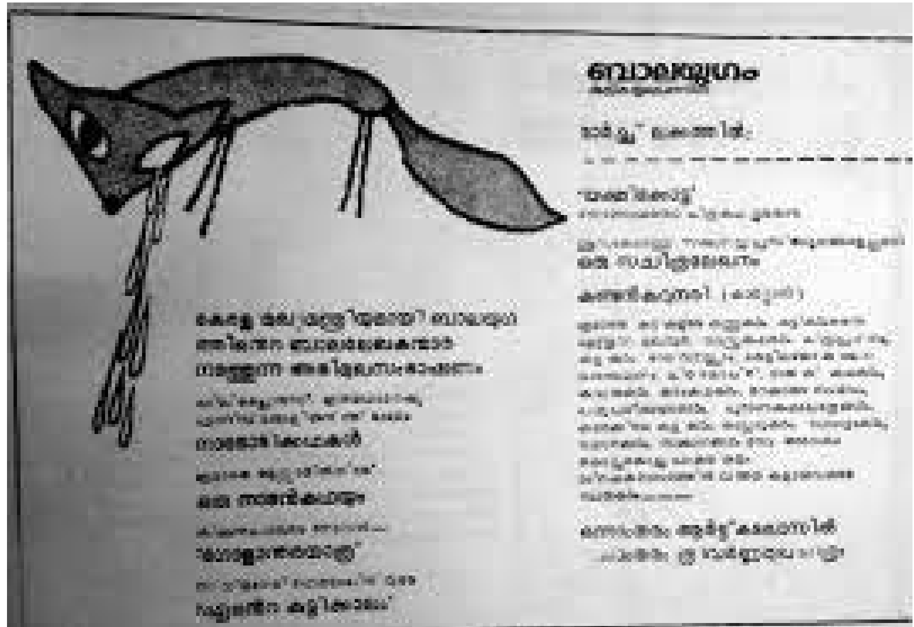
രാഷ്ട്രീയത്തിനും മറ്റു വേർതിരുവുകൾക്കും അതീതമായി എല്ലാവരും വായനയുടെ എല്ലാ അനുഭൂതികളും അനുഭവിച്ചറിയാനുള്ളതായിരിക്കണം ജനയുഗം വാരിക എന്ന് നിശ്ചയിക്കുകയും അതിനനുസരിച്ച് അതിനെ ചിട്ടപ്പെടുത്തുകയും ചെയ്തു കാമ്പിശ്ശേരി. ഏറെ തമാശപ്രിയനായ കാമ്പിശ്ശേരി പത്രലോകത്ത് ഒട്ടേറെ കുസൃതികളും ഒപ്പിച്ചിട്ടുണ്ട്.

കാമ്പിശ്ശേരി കരുണാകരന് എപ്പോഴും ഒറ്റ വിചാരമേയുള്ളൂ. ജനയുഗം പത്രവും വാരികയും പരമാവധി ആളുകളെക്കൊണ്ട് വായിപ്പിക്കുക. വായനക്കാരുടെ ഉള്ളിലിരിപ്പ് അറിയാനുള്ള ദിവ്യശക്തി അദ്ദേഹം സ്വായത്തമാക്കിയിരുന്നു.

തങ്ങൾകുഞ്ഞ് മുസ്ലീയാരുടെ പ്രഭാതത്തിന്റേയും മലയാളരാജ്യം ദിനപത്രത്തിന്റേയും പ്രഭാവം ക്ഷയിച്ചു തുടങ്ങിയപ്പോഴാണ് സാക്ഷാൽ എം.എൻ.ഗോവിന്ദൻ നായർ തന്റെ ചിരകാല അഭിലാഷമായ ഒരു ദിനപത്രം – അത് കടപ്പാക്കടയിൽ നിന്നും ആരംഭിച്ചു. അതായിരുന്നവല്ലോ ജനയുഗം. സ്വന്തം കുഞ്ഞിനെ അമ്മ ലാളിക്കുന്നതിലേറെ ശുഷ്കാന്തിയോടെയാണ് കാമ്പിശ്ശേരി ജനയുഗം വാരികയെ പരിപാലിച്ചു പോന്നത്.

അദ്ദേഹം ഒരിക്കൽ വാരികയുടെ മുഖക്കുറിപ്പിൽ എഴുതി. 'നമ്മുടെ വായനക്കാർ പല തരക്കാരാണ്, ചേമ്പ് വേണ്ടവരുണ്ട്, തകരവേണ്ടവരുണ്ട്, കൊട്ടൂടി വേണ്ടവരുണ്ട്'. ഈ രുചിക്കൂട്ടുകൾ ചേർത്ത വാരിക ഹൃദ്യവും സ്വീകാര്യവുമാക്കാൻ ആ മനുഷ്യൻ 24 മണിക്കൂറും ഉണർന്നു പ്രവർത്തിച്ചു. വാരികയുടെ വായനക്കാരുടേയും ആരാധകരുടേയും എണ്ണം ഏറിയപ്പോൾ വിമർശകരും ഉണ്ടായി. ഒരു പാർട്ടി പ്രസിദ്ധീകരണം ഇമ്മട്ടിലോ എന്ന ചോദ്യത്തിന് ഉരുളയ്ക്കുപ്പേരിപോലുള്ള മറുപടി നൽകി കാമ്പി





ശ്ശേരി. രാഷ്ട്രീയത്തിനും മറ്റു വേർതിരുവുകൾക്കും അതീതമായി എല്ലാവരും വായനയുടെ എല്ലാ അനുഭൂതികളും അനുഭവിച്ചറിയാനുള്ളതായിരിക്കണം ജനയുഗം വാരിക എന്ന് നിശ്ചയിക്കുകയും അതിനനുസരിച്ച് അതിനെ ചിട്ടപ്പെടുത്തുകയും ചെയ്തു കാമ്പിശ്ശേരി. ഏറെ തമാശ പ്രിയനായ കാമ്പിശ്ശേരി പത്രലോകത്ത് ഒട്ടേറെ കുസൃതികളും ഒപ്പിച്ചിട്ടുണ്ട്.

ഒരു നാൾ ജനയുഗത്തിന് അയച്ചിട്ടുള്ള വാർത്തകളും മറ്റ് എഴുത്തുകുത്തുകളും പോസ്റ്റ് ഓഫീസിൽനിന്നും ശേഖരിയ്ക്കാനായി പ്യൂൺ കുഞ്ഞ് കുഞ്ഞ് പോയി തിരിച്ചു വന്നത് ഒരു പരിഹാസച്ചിരിയോടെയായിരുന്നു. കക്ഷി എഡിറ്റോറിയൽ റൂമിലേക്ക് കടക്കും മുമ്പ് തന്നെ പ്രഖ്യാപിച്ചു.

'പത്രാധിപസാറന്മാര് ഇങ്ങോട്ട് നോക്കണ്ട ഇന്നു നിങ്ങള് തെണ്ടിയതു തന്നെ. പോസ്റ്റ് ഓഫീസിൽ നിന്ന് മൂന്നു നാല് കവറും കൂലിയടിച്ച ഒരു കത്തും രണ്ട് കാർഡുമാണ് ആകെ കിട്ടിയത്.' ഇനി എന്ത് വഴി എന്ന് വിതുര ബേബി ആര്യാട് ഗോപി മുതൽ പേർ ചിന്തിച്ചിരിക്കുകയാണ്. പന്ത്രണ്ടു മണിക്കുമുമ്പേ ഫോർമാൻ പൊന്നപ്പൻ ഇങ്ങ് എത്തും. 'സാറന്മാരെ നാലും അഞ്ചും പേജുകളിലേക്കുള്ള മാറ്റർ ഇങ്ങ് തരിൻ ഞങ്ങളുടെ പണി തുടങ്ങട്ടെ'.

ആ സമയം ജനയുഗം പത്രത്തിന്റെ എഡിറ്റോറിയൽ ഓഫീസിലെ മേശമേൽ ഇരിക്കുന്ന ഫയലുകളെല്ലാം ശൂന്യം. ഫയലിൽ അടുക്കിപ്പെറുക്കി വച്ചിരുന്ന മാറ്റർ രാത്രി ഷിഫ്റ്റുകാർ തീർത്തു കളഞ്ഞിരിക്കുന്നു. ഇനി എന്താ ഒരു വഴി? തിരുവനന്തപുരത്തുനിന്നുള്ള പ്രസ്സ് റിലീസുകളും മറ്റ് പ്രധാന വാർത്തകളും എത്തുമ്പോൾ രാത്രി ഏഴരയാകും.

നാലാം പേജിൽ നാട്ടുവിശേഷങ്ങളാണ് വേണ്ടത്. കുറെ ഫോട്ടോകളും വേണം. നാടിന്റെ നിശ്വാസം ഒപ്പിയെടുത്തവയായിരിക്കണം അവയെല്ലാം. അകത്ത് നാല് പേജെങ്കിലും നിറയ്ക്കേണ്ടിയിരിക്കുന്നു. ഈ സമയം മുഖ്യ പത്രാധിപർ കാമ്പിശ്ശേരി അദ്ദേഹത്തിന്റെ മുറിയിൽ നിന്ന് ഇറങ്ങി വരുന്നു.

'എന്താ എല്ലാവരും പാമ്പു ചത്ത പാമ്പാട്ടിയേപ്പോലെ മിഴിച്ചിരിക്കുന്നേ...?' ആ കമന്റിനു പുറകെ നല്ല ചന്തമുള്ള ഒരു ചിരിയുമുണ്ടായിരുന്നു. തങ്ങൾ നേരിടുന്ന കനത്ത വെല്ലുവിളിയെക്കുറിച്ച് സീനിയർ സബ് എഡിറ്റർ പറങ്ങോടൻ പരാതി നിരത്തുകതന്നെ ചെയ്തു. മുറുക്കാൻ ചണ്ടി പുറത്തേക്ക് തുപ്പിയ ശേഷം അദ്ദേഹം ആരംഭിച്ചു.

എനിക്കൊരു ഗുരുതരമായ പരാതി കിട്ടിയിട്ടുണ്ട്. പരിഹാരമുണ്ടായില്ലെങ്കിൽ പാർട്ടി നേതൃത്വത്തിന് പരാതി കൊടുക്കുമെന്നാണ് ഭീഷണി. കാമ്പിശ്ശേരി നീട്ടിയ രണ്ടു കടലാസുകളിലേക്ക് സഹഎഡിറ്റർമാർ ഉറ്റുനോക്കി.

'കാമ്പിശ്ശേരി, ഞങ്ങൾ ഡേ ഷിഫ്റ്റുകാർ അകത്തെ അഞ്ചു പേജുകൾ നിറയ്ക്കേണ്ടവരാണ്. (ഇതുകണ്ടോ മേശപ്പുറത്തേക്ക് വിരൽ ചൂണ്ടി). ജനശബ്ദം ഫയൽ അപ്പാടെ അവർ വിഴുങ്ങിക്കളഞ്ഞു. കൊട്ടാരക്കരയിലെ കൊതുകുശല്യം. വെട്ടിക്കവലയിലെ മദ്യപന്മാരുടെ തേർ വാഴ്ച, പവിത്രശേരിയിലെ പണം വച്ചുള്ള ചീട്ടുകളി കരിപ്രായിലെ പൂവാലശല്യം ഒക്കെ ഞാൻ ഭംഗിയായി എഡിറ്റ് ചെയ്തു വച്ചിരുന്നതാണ്. ചെമ്മാൻ മുക്കിലെ റൗഡി ശല്യം, കാങ്കത്തുമുക്ക് കള്ളുഷാപ്പിന്റെ മുറ്റത്ത് ചെളികെട്ടിക്കിടക്കുന്നതുമൂലം മാന്യന്മാർക്ക് ഷാപ്പിൽ കയറി കുടിയ്ക്കാൻ കഴിയാത്ത അവസ്ഥ എന്നീ മാറ്ററുകളും എഡിറ്റ് ചെയ്യാതെ വച്ചിരുന്നതാണ്. എല്ലാം ഇന്നലത്തെ ഷിഫ്റ്റുകാർ തട്ടിയെടുത്തു. ഇനി

ഞങ്ങളെന്തു ചെയ്യണം. ഇത് കേട്ടിട്ടൊന്നും കാമ്പിശ്ശേരിക്ക് തെല്ലും കുലുക്കമില്ല. കണ്ണാടിക്കിടയിലൂടെ ആ മുഖത്തെ ചിരിയും തേജസ്സും തെല്ലും മങ്ങിയുമില്ല. അദ്ദേഹം അവസാനം വായ തുറന്നു. 'പോയമാസത്തെ ശമ്പളം 22-ാം തീയതിയെങ്കിലും തരാമെന്ന് മാനേജർ പറഞ്ഞിട്ടുണ്ട്'. ആ വാക്കുകൾ എഡിറ്റോറിയൽ ഡെസ്കിൽ അമൃത് ചൊരിയുന്ന അനുഭവമാണ് ഉളവാക്കിയത് എന്ന് പ്രത്യേകം പറയേണ്ടതില്ല.

കുഞ്ഞുപിള്ളയെന്ന ചായക്കടക്കാരന്റേയും ഭാസ്കരൻ എന്ന മുറുക്കാൻ കടക്കാരന്റേയും മുമ്പിൽ ഇനി പത്രാധിപസമിതി അംഗങ്ങൾക്ക് തല കുനിക്കേണ്ടതില്ലല്ലോ. ഒളിമ്പിക് സലൂൺ കുട്ടൻപണിക്കരെ ഒളിച്ചു നടക്കേണ്ട കാര്യവുമില്ല. അങ്ങിനെ ഏവരുടെയും മുഖത്ത് ആഹ്ലാദം പടരുമ്പോൾ കാമ്പിശ്ശേരി തുടരുന്നു.

'ശരി ഒരു കാര്യം ചെയ്യാം. ആ പാർട്ടി ഓഫീസിലോട്ടൊന്ന് ചെല്ല് അവിടെ കെ.എസ്. ആനന്ദനും വെള്ളഗോപിയും മോഹനനുമൊക്കെ കാണും. ഓരോരുത്തരിൽ നിന്നും ഓരോ നീണ്ട പ്രസ്താവന എഴുതി വാങ്ങിക്ക്. നമുക്കത് വെട്ടിച്ചുരുക്കി ഭംഗിയായി കൊടുക്കാം.

ഈ വാർത്ത അയക്കാൻ പത്തിരുപത് രൂപ താങ്കൾ ചെലവാക്കിയിരിക്കുന്നു. അതിൽ നിന്ന് ഒരു രൂപ ആർക്കെങ്കിലും കൊടുത്ത് ആ പായൽ ചുരണ്ടിക്കളയാൻ താങ്കൾ ശ്രമിച്ചിരുന്നുവെങ്കിൽ ഈ നഷ്ടം ഉണ്ടാകുമായിരുന്നില്ല. ഏതായാലും ജനങ്ങളുടെ പ്രിയങ്കരനായ താങ്കൾ ഒരു രൂപമുടക്കി ഉടൻ തന്നെ ആ പായൽ ചുരണ്ടിപ്പിക്കുക. അതിനു ചിലവു വരുന്ന ഒരു രൂപ ഞങ്ങളുടെ ചെലവിൽ താങ്കൾക്ക് അയച്ചു തരുന്നതായിരിക്കും.

നേതാക്കളുടെ പ്രസ്താവനകളിൽ കത്രികവയ്ക്കുന്നതിൽ അഗ്രഗണ്യനാണ് കാമ്പിശ്ശേരി. ഗതികെട്ടാൽ പുലി പുല്ലും തിന്നും എന്നു പറഞ്ഞതുപോലെ ഇപ്പോൾ പ്രസ്താവന തേടി ഇറങ്ങാൻ പറയുന്നു.

ഹേ രാമചന്ദ്രാ.... താൻ ഒരു കാര്യം ചെയ്യ്. അഞ്ചാലുംമൂട് ബ്ലോക്കിൽ ആയിരം കറ്റാർ വാഴത്തൈയും അഞ്ഞൂറ് കുറുംതോട്ടി തൈയും വിതരണം ചെയ്തതിൽ പതിനായിരങ്ങളുടെ അഴിമതി നടന്നു എന്നു പറഞ്ഞ് ഒരു വാർത്ത പടച്ചുണ്ടാക്ക്. ഒരു ഒന്നരക്കോളം മാറ്റർ വേണം.

അപ്പോൾ സി.ആർ രാമചന്ദ്രന് ഒരു സംശയം 'അയ്യോ അതെങ്ങനാ? അവിടെ ഇതൊക്ക വിതരണം ചെയ്തോ എന്നുപോലുമറിയില്ലല്ലോ'.

അതൊന്നും വിതരണം ചെയ്യേണ്ട, നമുക്കിന്ന് മറ്റൊന്നുമില്ലാത്തതല്ലേ ഇതൊരു അമുക്കൻ വാർത്തയാക്കാം. നാളെ ബ്ലോക്ക് ഓഫീസറുടെ എതിർ വാർത്തവരും. അത് നമുക്ക് ഇതിലും ഭംഗിയായി അച്ചടിക്കാം. ജനം വായിച്ച് പ്രബുദ്ധരാകട്ടേന്ന് - കാമ്പിശ്ശേരി വീണ്ടും ചിരിക്കുന്നു.

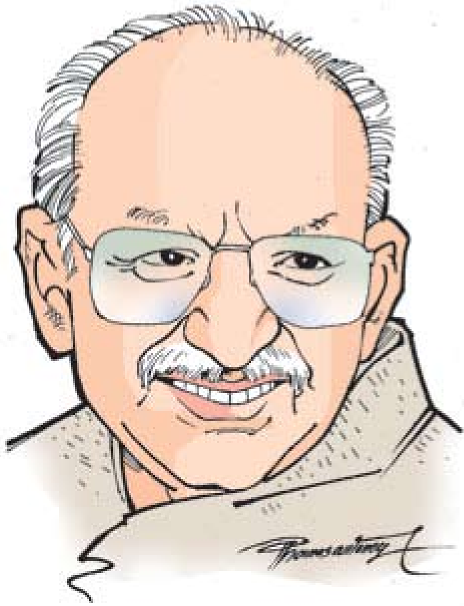
പിന്നെ തർക്കം ഉണ്ടായില്ല. ഓരോരുത്തരും ഓരോ ജോലിയിലായി. അപ്പോഴതാ വീണ്ടും കാമ്പിശ്ശേരിയുടെ വാക്കുകൾ.

എനിക്കൊരു ഗുരുതരമായ പരാതി കിട്ടിയിട്ടുണ്ട്. പരിഹാരമുണ്ടായില്ലെങ്കിൽ പാർട്ടി നേതൃത്വത്തിന് പരാതി കൊടുക്കുമെന്നാണ് ഭീഷണി. കാമ്പിശ്ശേരി നീട്ടിയ രണ്ടു കടലാസുകളിലേക്ക് സഹഎഡിറ്റർമാർ ഉറ്റുനോക്കി. ഒന്നിൽ പത്രാധിപർക്കുള്ള മുന്നറിയിപ്പ്. മറ്റൊന്നിൽ വാർത്ത. 'കടയ്ക്കാവൂരിൽ ജനജീവിതം താറുമാറായി' എന്ന തലക്കെട്ടിട്ട അരികും മൂലയും തേഞ്ഞ അക്ഷരങ്ങളിലെ വാർത്ത താഴെ കുറിക്കുന്നു.

കടയ്ക്കാവൂർ: രാഷ്ട്രീയ പ്രബുദ്ധരും സ്വാതന്ത്ര്യ സമരത്തിൽ അവിസ്മരണീയ പങ്കുവഹിച്ചവരുമായ കടയ്ക്കാവൂരിലെ ജനങ്ങളെ അലോസരപ്പെടുത്തുന്ന ഒരു ശാപം കുറെക്കാലമായി തുടരുകയാണ്. കടയ്ക്കാവൂർ റെയിൽവേ സ്റ്റേഷനു സമീപത്തായി ഒരു പൊതു പൈപ്പുണ്ട്. യാത്രക്കാർ കാലുകഴുകുന്നതും വീട്ടുകാർ വെള്ളമെടുക്കുന്നതും ഈ പൈപ്പിൽ നിന്നാണ്. എന്നാൽ പൈപ്പിനു ചുറ്റും പായൽ പറ്റിപ്പിടിച്ചിരിക്കുന്നതിനാൽ മുഖം കഴുകാൻ വരുന്ന ട്രെയിൻ യാത്രക്കാരും കുടിവെള്ളം എടുക്കാൻ വരുന്ന സമീപവാസികളും പായലിൽ കാൽ തെന്നി നിലത്തുവീഴുന്ന കാഴ്ച സാധാരണമാണ്. വീഴ്ചയിൽ പരിക്കേൽക്കുന്നവർ സമീപത്തുള്ള വിശ്വംഭരൻ വൈദ്യന്റെ സാഗർ ക്ലിനിക്കിൽ നിന്നാണ് വിദഗ്ദ്ധ ചികിത്സ തേടുന്നത്. മിതമായ ഫീസു മാത്രമേ അവിടെ ഈടാക്കുന്നുള്ളൂ. പായൽ ശല്യം മൂലം ആളുകൾ തുരുതുരാ വീഴുന്നതിനാൽ സാഗർ ക്ലിനിക്ക് ജീവനക്കാർക്ക് വിശ്രമിക്കാൻ പോലും കഴിയുന്നില്ല. ജനങ്ങളോടുള്ള ഈ വെല്ലുവിളി അവസാനിപ്പിക്കുവാൻ സ്ഥലം എം.എൽഎയോ, എം.പിയോ ചെറുവിരൽ അനക്കിയിട്ടില്ല. അതിന്റെ ഫലം അടുത്ത തെരഞ്ഞെടുപ്പിൽ അവർ അനുഭവിയ്ക്കും. ബഹു.മുഖ്യമന്ത്രി എത്രയും വേഗം ഈ പ്രശ്നത്തിൽ ഇടപെട്ട് നാട്ടുകാരുടെ ജീവനും സ്വത്തിനും ഉറപ്പുവരുത്തേണ്ടതാണ്.

മറ്റൊരു കടലാസിൽ ചീഫ് എഡിറ്റർക്ക് എഴുതിയ ഭീഷണിക്കത്ത് ഇങ്ങനെയാണ്?

ഇതോടൊപ്പമുള്ള പ്രധാനപ്പെട്ട വാർത്ത 13 പ്രാവശ്യം ഞാൻ തപാൽ വഴി പത്രമാഫീസിലേക്ക് അയച്ചതാണ്. അതിനായി പത്തിരുപത് രൂപയിലധികം എനിക്ക് ചിലവായി. അവിടെ ഫാനിന്റെ കീഴിൽ സിഗരറ്റ് പുകച്ചിരിക്കുന്ന പത്രാധിപന്മാർ ഇതിൽ ഒരു വരിപോലും പത്രത്തിൽ ചേർത്തു കണ്ടില്ല. കടയ്ക്കാവൂരിൽ നമ്മുടെ പത്രം 67കോപ്പി ചെലവുണ്ട്. വാർത്ത വരാത്തതുമൂലം ഓരോരുത്തരായി പത്രം നിർത്തി വരികയാണ്. ഈ വാർത്ത പത്രത്തിൽ പ്രാധാന്യം നൽകി ചേർക്കണം. സാഗർ ക്ലിനിക്കിന്റെ കാര്യം വെട്ടിക്കളയരുത്. ഈ വാർത്ത വന്നില്ലെങ്കിൽ പാർട്ടി സ്റ്റേറ്റ് കമ്മിറ്റിക്ക് തദ്ദേശവാ





സികൾ ഒപ്പിട്ട മെമ്മോറാണ്ടം നൽകുമെന്ന മുന്നറിയിപ്പുകൂടി തരുന്നു.

എന്ന് കാഞ്ഞിരമൂട്ടിൽ കുട്ടപ്പൻ (ഒപ്പ്)

സഹപത്രാധിപന്മാരോട് ആ വാർത്ത കൊടുക്കാതിരുന്നതിനെക്കുറിച്ച് ചോദ്യമുണ്ടാകുമെന്നു കരുതി മിണ്ടാതെ കീഴ്പ്പോട്ടു നോക്കിയിരിക്കുമ്പോൾ കാമ്പിശ്ശേരി തന്നെ പറഞ്ഞു; കാഞ്ഞിരമൂട്ടിൽ കുട്ടപ്പനെ വെറുപ്പിക്കേണ്ട ഞാൻ തന്നെ ഒരു മറുപടി കൊടുക്കാം. പെട്ടെന്നുതന്നെ ഒരു മറുപടി തയ്യാറാക്കി അത് കാമ്പിശ്ശേരി ഉറക്കെ വായിച്ച് എല്ലാവരേയും കേൾപ്പിച്ചു.

പ്രിയപ്പെട്ട കാഞ്ഞിരമൂട്ടിൽ കുട്ടപ്പന്,

നമ്മുടെ പത്രം പ്രചരിപ്പിക്കാൻ താങ്കൾ നടത്തുന്ന ഭഗീരഥയത്നത്തെപ്പറ്റി അറിഞ്ഞു. എനിക്ക് സന്തോഷം തോന്നി. താങ്കളുടെ അഹോരാത്രമുള്ള സേവനം എന്റെ സഹപ്രവർത്തകർ വിലമതിച്ചില്ല എന്നു കേട്ടപ്പോൾ വേദന തോന്നി. എന്റെ സഹപ്രവർത്തകർ വലിയ വിവരമില്ലാത്ത പയ്യന്മാരാണ്. ക്രമേണ നമുക്കവരെ തിരുത്താം. ഈ വാർത്ത അയക്കാൻ പത്തിരുപത് രൂപ താങ്കൾ ചെലവാക്കിയിരിക്കുന്നു. അതിൽ നിന്ന് ഒരു രൂപ ആർക്കെങ്കിലും കൊടുത്ത് ആ പായൽ ചുരണ്ടിക്കളയാൻ താങ്കൾ ശ്രമിച്ചിരുന്നുവെങ്കിൽ ഈ നഷ്ടം ഉണ്ടാകുമായിരുന്നില്ല. ഏതായാലും ജനങ്ങളുടെ പ്രിയങ്കരനായ താങ്കൾ ഒരു രൂപമുടക്കി ഉടൻ തന്നെ ആ പായൽ ചുരണ്ടിപ്പിക്കുക. അതിനു ചിലവു വരുന്ന ഒരു രൂപ ഞങ്ങളുടെ ചെലവിൽ താങ്കൾക്ക് അയച്ചു തരുന്നതായിരിക്കും. സഹകരണം മേലിലും ഉണ്ടാകണം.

ഇത്തരത്തിൽ ഉരുളയ്ക്ക് ഉപ്പേരിപോലുള്ള മറുപടി എഴുതാൻ കാമ്പിശ്ശേരിയ്ക്കല്ലാതെ ആർക്കു കഴിയും.

ബാലയുഗം കുട്ടികളുടെ മാസിക

മലയാള മനോരമ ഗ്രൂപ്പ് ഒരു ബാലപ്രസിദ്ധീകരണം തുടങ്ങുന്നതിനെക്കുറിച്ച് ആലോചന നടക്കുന്നെന്ന് മനസ്സിലാക്കിയ കാമ്പിശ്ശേരി അതിനുമുമ്പായി ജനയുഗം പ്രസിദ്ധീകരണത്തിന്റേതായൊരു ബാലമാസിക ഉണ്ടാകണം എന്നു നിശ്ചയിച്ചു. അന്നു രാജ്യസഭാംഗമായിരുന്ന സി. അച്യുതമേനോനുമായി ഇതേക്കുറിച്ച് സംസാരിച്ചു. അച്യുതമേനോന് ഇതേ ആശയം പണ്ടു മുതലേ ഉണ്ടായിരുന്നു. പിന്നെ അമാന്തിച്ചില്ല. ഡൽഹിയിൽ ശങ്കേഴ്സ് വീക്കിലിയിൽ പ്രവർത്തിച്ചിരുന്ന യേശുദാസനുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് ഉടനെ കക്ഷിയെ കൊല്ലത്തുകൊണ്ടുവന്ന് തുടങ്ങിയ പ്രസിദ്ധീകരണമാണ് ബാലയുഗം.

1969ൽ കാമ്പിശ്ശേരി ചീഫ് എഡിറ്ററും കാർട്ടൂണിസ്റ്റ് യേശുദാസൻ എഡിറ്ററുമായി ബാലയുഗം പുറത്തിറങ്ങി. പിന്നീട് അസാധു എന്ന പേരിൽ ഒരു രാഷ്ട്രീയ വിനോദമാസികയും അദ്ദേഹം കൊല്ലത്തുനിന്ന് ആരംഭിച്ചു. അതോടെ സഖാക്കൾ എതിർപ്പുമായി എത്തി. അങ്ങിനെ ജനയുഗത്തോട് യേശുദാസൻ തൽക്കാലം വിടവാങ്ങി. സ്വന്തം പ്രസിദ്ധീകരണമായ അസാധുവിനെ ശക്തമാക്കാൻ യത്നിച്ചു. ●



ജോഷി ജോർജ്
joshygeorgecartoonist@gmail.com
പത്രപ്രവർത്തകനും ടി.വി. അവതാരകനും മൈൻഡ് പവ്വർ ട്രെയ്നറുമാണ് ലേഖകൻ.

Classroom



Various Types of Orders Prevalent in a Stock Exchange

The transactions in securities on a stock exchange are done through the members or brokers or the exchange. The Transactions could be put through only in terms of the specified unit of trading or lots eg. 5,10 or 100 shares. Usually the customers give the following types of order viz, (i) fixed price order or limit price orders. (ii)at bet or at the market price orders, (iii)immediate or cancel orders, (iv) stop-loss orders, (v)discretionary orders and (vi) open orders. In the first type of order the broker has to carry out the order at a fixed price. He has no choice over the price eg.Buy100 Parry sugar at Rs.110/- In the second type of order, no price limit is specified and the order can be executed at the best obtainable price at that time eg. But 100 Parry Sugar at best. The wordings in the case of third type would be, Buy 100 parry sugar at Rs.110/-immediate cancel. Such orders are to be carried out immediately and if this is not possible, the order stands automatically cancelled. Stop-loss orders are sent to the brokers to limit the loss on a previous purchase or sale if the price trend goes against the customer's expectation eg. Buy 100 Parry Sugar at 110 stop. In this case, as soon as the price reaches Rs.110/- the broker has to buy at Rs.110/- or at the best price available. Similarly, when the order is sell 100 Parry Sugar at 110 stop, the broker has to sell immediately at Rs.110/- or at the best price available at that time. Discretionary order and open orders are rare to be issued to brokers. Such orders would be issued when there is a complete understanding between the client and his broker.

Listing of Securities

Every stock exchange maintains an official quotation List divided into several sections. This list is published daily containing the prices at which business has been transacted and also description of lots in which the business took place at particular prices. No dealings in securities can take place on a recognized stock exchange unless the necessary permission of the stock exchange has been obtained by the promoters of the company and the securities are listed in the official trading or quotation list of the stock exchange.

Therefore, listing is nothing but the admission of a security to the trading privilege on a stock exchange. Listing is an integral part of the machinery of a recognized stock exchange.

Objectives and scope of listing

Dealings in securities by their very nature are susceptible to fraud and undesirable practices on the part of the operators on a stock exchange. The general investing public's interest is to be safeguarded. It is essential, only those securities which meet certain prescribed standard of legality, security and workmanship are permitted for dealings on the floor of the stock exchange. Listing of securities ensures proper supervision and control of dealings on the listed securities.

Listing only implies that the securities admitted to the official trading list of the stock exchange satisfies the prescribed standard of legality, security and workmanship. It further implies that the company whose securities are so listed, has to comply with certain conditions and requirements with regard to submission of certain documents and disclosure of certain

information whenever the stock exchange so wants. Through listing a recongnised stock exchange tries to ensure that all significant information relating to the listed company is available to all the investors and traders on the stock exchange.

Listing in no way implies that the stock exchange vouches the soundness of the listed securities or the company and sponsors the issue. The stock exchange cannot be expected to act as a judge and advice the investing public regarding the soundness or otherwise of a particular company issuing the securities or the securities already issued. The investor himself as to use his own judgment or exercise his own discretion in buying a particular security. A listed security simply carries the hallmark or approval for dealing on the floor of the recognized stock exchange. It bears the light of day. It might be weak but it will not be fraudulent. Listing creates a favorable impression on the minds of investors by indirectly assuring the soundness and legality of the company. It reveals that at the time of listing, the company whose securities are listed us legally organized and is solvent as a going concern.

Listing is not compulsory in law. But in practice, it becomes more or less a necessity. A company, which states in its prospectus, the intention to apply for enlistment of its securities on a recongnised stock exchange, is required under Section 73 of the Companies Act, 1956 to make a listing application to the exchange authorities before the tenth day of the first issue of prospectus. If no application is made or if the application is refused, any allotment made by the company shall be void and the company shall have to refund the application money in full to the subscribers. The Central Government has also the power under Section 21 of the Securities Contracts (Regulation) Act, 1956 to ask a public company to get its shares listed on a recognized stock exchange to safeguard public interest.

The institutional underwriters such as the Industrial Finance Corporation of India, the Industrial Credit and Investment Corporation of India, the Life Insurance Corporation, the Industrial Development Bank, the State Bank of India etc. usually insist on listing of securities while consenting to underwrite issues. The Controller of Capital Issues also generally insists on listing.

How to get the Shares Listed?

All recognized stock exchanges in India have prescribed uniform listing regulations. In listing requirements, the stock exchange has forged a weapon which has given in huge power. The admission of the shares of companies to the privilege of quotation and dealings on the exchange is a matter of importance and entails a certain responsibility. This responsibility, a stock exchange endeavors to discharge by a thorough and impartial scrutiny of the affairs of the company before admission and by the enforcement of certain conditions.

The listing requirements which are designed to protect the investing public from abuses of the freedom of the market or from the fraud or exploitation are:

1.The company must file certified copies of its Memorandum and Articles of Association containing certain provisions prescribed by the stock exchange authorities.

2.Financial and historical facts of investment significance in the form of Audited Balance Sheets for five years, dividend history for ten years, a short historical account of the company's growth, properties, capital structure etc. must be disclosed. (This applies to existing companies only)

3.The distribution of the shares must be described showing whether the issue is widely held or concentrated in few hands. So that the stock exchange authorities may be reasonably assured of a free and uncontrolled market. (This also applies to existing companies only)

4. It must offer for public subscription at least a minimum of 49 per cent of its issued capital.

5.The prospectus issued by the company must satisfy the conditions regarding the time of opening of subscription list and receipt of share applications.

6. The share allotment against application must be unconditional and fair.

7.In case of over subscription the basis of allotment is required to be decided by the company in consultation with the stock exchange authorities.

8.The company seeking listing facility must execute an agreement, undertaking to make certain disclosures and perform certain acts as and when required by the stock exchange authorities.

9.Transfer facilities must be maintained in the city of the exchange.

Under Rule 19(1) of Securities Contracts (Regulation) Rules 1957, and the listing regulations of a recongnised stock exchange the following documents are also be submitted by a company to the stock exchange along with the listing application: prospectus, underwriting agreement, vendor's and promoters agreements, service and selling agency agreement, collaboration and technical agreements, debenture trust deed, specimens of share certificates, debenture certificates, transfer certificates, split and consolidation certificates, particulars of cash bonuses declared and paid, directors, reports etc.

If the stock exchanges authorities are not satisfied, they can refuse to grant permission or defer their decision on the matter. Therefore, to avoid any possible hitch in securing the permission, it is usual for the company to arrange for an informal discussion between the representatives of the company and the stock exchange authorities. By this procedure, the proposal for listing can be steered through successfully or quietly dropped without any damage to the company's reputation. ●

Classroom



അഡ്വെർട്ടൈസിംഗ്, മാർക്കറ്റിംഗ് മേഖലകളിലേക്ക് കടന്നുവരുന്ന നവാഗതർക്കും വിദ്യാർത്ഥികൾക്കും പ്രയോജനപ്പെടുത്താവുന്ന ഒരു പംക്തി. ഓരോ ലക്കവും സൂക്ഷിച്ച് വയ്ക്കുന്നവർക്ക് ഭാവിയിൽ ടെക്സ്റ്റ്ബുക്കായി ഉപകരിക്കും.

പരസ്യങ്ങളിൽ സ്ത്രീത്വത്തിന്റെ പ്രതീകം

സ്ഥിരം ശൈലിയുടെ പഴക്കമാണ് ആദ്യം നമ്മുടെ ശ്രദ്ധയിൽപെടുക. വർണ്ണപകിട്ടും ഡിസൈൻ ചാരുതയുമുള്ള മനോഹരമായ സാരി ധരിച്ച ഒരു സുന്ദരി, മുന്താണി വിടർത്തി ചിരിച്ചങ്ങ് നിൽക്കുക, അല്ലെങ്കിൽ ഇരിക്കുക. കൂടി വന്നാൽ കിടക്കുക. ഇവിടം കൊണ്ട് തീരുകയാണ് സാരിപരസ്യത്തിലെ തനിമയും പുതുമയും.

സാരി ഒരു വസ്ത്രം മാത്രമല്ല, അതൊരു വർണ്ണാഭയാർന്ന പ്രതീകം കൂടിയാണ്. പാരമ്പര്യ മൂല്യങ്ങളുടെ പ്രഖ്യാപനം. ഭാരതീയ നാരിയുടെ സൗന്ദര്യ സങ്കൽപ്പങ്ങളുടെ വിജയപതാക.

സാരി ഒരു ഉത്പന്നം മാത്രമാണോ? അൽപം അതിശയോക്തി കലർത്തി പറയട്ടെ. അതൊരു വികാരമാണ്. പല ദശാബ്ദങ്ങളായി പ്രമുഖ വസ്ത്രവ്യാപാരശാലകളുടെ ലാഭസ്രോതസ്സും സാരി തന്നെ. എന്നാൽ കാലം മാറുന്നു; വനിതാ ഉപഭോക്താക്കളുടെ വസ്ത്ര സങ്കൽപ്പങ്ങളും. പക്ഷെ, ഈ മാറ്റത്തിനും സാരിയെ മാറ്റി നിർത്താൻ കഴിഞ്ഞിട്ടില്ല എന്നു പറയാം. ഈ ചെറിയ ചിന്ത തന്നെ സാരിയെക്കുറിച്ചുള്ള പരസ്യങ്ങളുടെ അനന്തസാധ്യതകൾ തുറക്കുന്നുണ്ട്. മികവുറ്റ പരസ്യങ്ങൾക്ക്, വിഷയമാകേണ്ട ഉത്പന്നമാണ് സാരി. എന്നാൽ, മലയാളത്തിൽ പ്രത്യക്ഷപ്പെടുന്ന സാരിപ്പരസ്യങ്ങളുടെ സ്ഥിതിയോ?

സ്ഥിരം ശൈലിയുടെ പഴക്കമാണ് ആദ്യം നമ്മുടെ ശ്രദ്ധയിൽപ്പെടുക. വർണ്ണപകിട്ടും ഡിസൈൻ ചാരുതയുമുള്ള മനോഹരമായ സാരി ധരിച്ച ഒരു സുന്ദരി, മുന്താണി വിടർത്തി ചിരിച്ചങ്ങ് നിൽക്കുക, അല്ലെങ്കിൽ ഇരിക്കുക. കൂടി വന്നാൽ കിടക്കുക. ഇവിടം കൊണ്ട് തീരുകയാണ് സാരിപ്പരസ്യത്തിലെ തനിമയും പുതുമയും. പത്രപരസ്യമാണെങ്കിൽ തലക്കെട്ടും പരസ്യവിശദീകരണവും ഉണ്ടാകുമല്ലോ. അതും ചർവ്വിത ചർവ്വണം തന്നെ. സുന്ദരിയെ കൂടുതൽ സുന്ദരിയാക്കും, ആരെയും ഭാവഗായകനാക്കും, കരവിരുതിന്റെ കമനീയ കാന്തി എന്നിങ്ങനെ പ്രാസഭംഗിയിൽ അഭിരമിക്കുന്ന ഭാഷാ പ്രയോഗങ്ങളാണ് അധികവും കാണുക.

തൊണ്ണൂറുകളിൽ പ്രത്യക്ഷപ്പെട്ട ഒരു മാറ്റം, ഇംഗ്ലീഷ് ഭാഷയിലേക്കുള്ള ചുവടുമാറ്റമാണ്. മലയാള വനിതാ പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളിലെല്ലാം ഇംഗ്ലീഷ് ഭാഷയുടുത്ത സാരി പരസ്യങ്ങൾ മുന്താണി വിടർത്തി നിന്നു. പക്ഷെ, ആശയങ്ങളും അവതരണരീതികളും പഴയതായി തന്നെ നിന്നപ്പോൾ, ശ്രദ്ധേയമായി തീരുവാൻ അവയ്ക്കും കഴിഞ്ഞില്ല. പരസ്യം ശ്രദ്ധേയമായി തീരുന്നില്ലായിരിക്കാം. പക്ഷെ സാരികളുടെ കാര്യം അങ്ങനെയല്ല. വിവിധ സംസ്ഥാനങ്ങളിൽ നിന്ന്, വിഭിന്ന തരത്തിൽപ്പെട്ട, നൂറുകണക്കിന് സാരിത്തരങ്ങൾ സ്ത്രീകളുടെ പ്രീതി സമ്പാദിച്ചുകൊണ്ട്, വിപണിയിൽ നിറഞ്ഞു നിൽക്കുകയാണ്. ആ പൊലിമയും വൈവിധ്യവുമൊന്നും സാരിപ്പരസ്യങ്ങളിൽ കാണാനുമില്ല. ഈ ഓട്ടപ്രദിക്ഷണത്തിനൊടുവിൽ നാമെത്തിച്ചേരുന്ന നിഗമനം ഇതാണ്. കേരളത്തിലെ വനിതകളെ സമാകർഷിക്കും വിധം ശക്തവും തനിമയാർന്നതുമായ ഈ പരസ്യസന്ദേശം സാരിപ്പരസ്യങ്ങളിൽ സൃഷ്ടിക്കുവാൻ നമ്മുടെ പരസ്യകലാകാരന്മാർക്ക് കഴിയാതെ പോകുന്നണ്ടോ?

എന്തായാലും കേരളത്തിലെ വനിതാ ഉപഭോക്താക്കളുടെ പെരുമാറ്റരീതികളും സാരിസങ്കൽപ്പങ്ങളും ഗവേഷണബുദ്ധ്യാ പഠിക്കുന്നത് ഉചിതമായിരിക്കും.

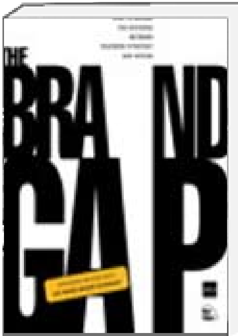
ഭാഷയും കലയുമൊക്കെ കൊള്ളാം. പുത്തൻ ആശയങ്ങളില്ല എന്ന സ്ഥിതി പരിഹരിക്കുവാൻ പോം വഴി കണ്ടെത്തേണ്ടിയിരക്കുന്നു. ●



പ്രൊഫ. ജോസി ജോസഫ്
മീഡിയ സയൻസിൽ അക്കാദമിക് വിദഗ്ദ്ധൻ

The Brand Gap
by Marty Neumeier

പുസ്തക പരിചയം



THE BRAND GAPis the first book to present a unified theory of brand. Whereas most books on branding are weighted toward either a strategic or creative approach, this book shows how both ways of thinking can unite to produce a “charismatic brand”-a brand that customers feel is essential to their lives. In an entertaining two-hour read you'll learn: • a new definition of brand • the five essential disciplines of brand-building • how branding is changing the dynamics of competition • the three most powerful questions to ask about any brand • why collaboration is the key to brand-building • how design determines a customer's experience • how to test brand concepts quickly and cheaply using the visual language of the boardroom, Neumeier presents the first unified theory of branding - a set of five disciplines to help companies bridge the gap between brand strategy and brand execution. Those with a grasp of branding will be inspired by what they find here.

THE BRAND GAP consistently provides deep, practical insights in a light, visual way. Discover the power of imagery and the role of research in building a heavy-duty brand -- without the heavy-duty reading. Neumeier stands out among brand-savvy professionals. His experience as a designer, writer, and strategist lends realism to his five disciplines of brand-building. Anyone who needs a deeper understanding of the creation, management, and evolution of brands should start reading it.

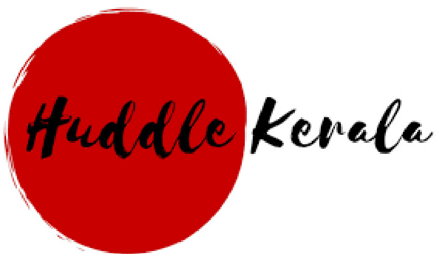
This book is available in Amozon for Rs.1619/-

ഹാംലീസിനെ സ്വന്തമാക്കി റിലയൻസ് ഇൻഡസ്ട്രീസ്



ബ്രിട്ടീഷ് ടോയ് റീടെയിലർ 'ഹാംലീസി'നെ 620 കോടിക്ക് സ്വന്തമാക്കി മുകേഷ് അംബാനിയുടെ റിലയൻസ് ഇൻഡസ്ട്രീസ്. റിലയൻസ് ഇൻഡസ്ട്രീസിന് കീഴിലെ റിലയൻസ് ബ്രാൻഡ്സ് ലിമിറ്റഡ് ആണ് ഹാംലീസിന്റെ 100 ശതമാനം ഷെയറുകളും വാങ്ങിയിരിക്കുന്നുന്നത്. റിലയൻസ് ബ്രാൻഡ്സ് ലിമിറ്റഡും ചൈനീസ് ഫാഷൻ കമ്പനിയായ ഇ ബാനർ ഇന്റർനാഷ്ണലും തമ്മിൽ ഇതുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് കരാറിൽ ഒപ്പുവച്ചു. കടുത്ത നഷ്ടം നേരിടാൻ തുടങ്ങിയതോടെയാണ് ഹാംലീസിനെ വിൽക്കാൻ ഇ ബാനർ ഇന്റർനാഷണൽ തീരുമാനിച്ചത്. ഹാംലീസിന്റെ ടോയികൾ രാജ്യാവ്യാപകമായി വിൽപ്പന നടത്തുന്നതിന് റിലയൻസ് ഇൻഡസ്ട്രീസും ഹാംലീസും തമ്മിൽ നേരത്തെ തന്നെ ഫ്രാഞ്ചൈസ് എഗ്രിമെന്റ് ഉണ്ടായിരുന്നു. രാജ്യത്തെ 29 നഗരങ്ങളിലായി ഹാംലിയുടെ 88 സ്റ്റോറുകൾ പ്രവർത്തിക്കുന്നുണ്ട് റിലയൻസ് റീടെയിലിന് കീഴിലാണ് ഇത് പ്രവർത്തിക്കുന്നത്.

ഹഡിൽ കേരള രണ്ടാം പതിപ്പ് തിരുവനന്തപുരത്ത്



ടെക്നോളജി സ്റ്റാർട്ടപ്പുകളുടെ ഏഷ്യയിലെ ഏറ്റവും വലിയ സമ്മേളനമായ 'ഹഡിൽ കേരള'യുടെ രണ്ടാം പതിപ്പിന് സെപ്തംബറിൽ തിരുവനന്തപുരം വേദിയാകും. കേരള സ്റ്റാർട്ടപ് മിഷൻ നേതൃത്വം നൽകുന്ന 'ഹഡിൽ കേരള 2019' സെപ്തംബർ 27, 28 തീയതികളിൽ കോവളം ലീല റാവിസ് ബീച്ച് റിസോർട്ടിൽ നടക്കും. ഇന്റർനെറ്റ് ആൻഡ് മൊബൈൽ അസോസിയേഷൻ ബ്ലോക്ക്ചെയ്ൻ, നിർമിത ബുദ്ധി, ബിഗ് ഡാറ്റ, ഇന്റർനെറ്റ് ഓഫ് തിംഗ്സ്, ഡിജിറ്റൽ വിനോദമേഖല, ഡ്രോൺ ടെക്നോളജി, ഡിജിറ്റൽ വിനോദങ്ങൾ തുടങ്ങി വിപ്ലവകരമായ സാങ്കേതിക വിദ്യകളിലായിരിക്കും ഇത്തവണ ഹഡിൽ കേരളയുടെ ഊന്നൽ. വിശദവിവരങ്ങൾ www.huddle.net.in എന്ന വെബ്സൈറ്റിൽ ലഭിക്കും.

ജ്യോതി ലബോറട്ടറീസിന്റെ മാനേജിംഗ് ഡയറക്ടറായി എം. ആർ. ജ്യോതി





ജ്യോതി ലബോറട്ടറീസിന്റെ മാനേജിംഗ് ഡയറക്ടറായി എം ആർ ജ്യോതിയെ നിയമിച്ചു. എം പി രാമചന്ദ്രനാണ് ഡയറക്റ്റർ ബോർഡിന്റെ തീരുമാനം പ്രഖ്യാപിച്ചത്. നിലവിൽ കമ്പനിയുടെ ചീഫ് മാർക്കറ്റിംഗ് ഓഫീസറും ഡയറക്ടറുമാണ് ജ്യോതി. കമ്പനിയുടെ സെയ്ൽസ്, മാർക്കറ്റിംഗ്, ബ്രാൻഡ് കമ്യൂണിക്കേഷൻ മേഖലയിൽ ഒട്ടേറെ മാറ്റങ്ങൾ ജ്യോതി കൊണ്ടുവന്നിട്ടുണ്ട്.

കമ്പനിയുടെ പുതിയ ലോഗോയും വാർത്താ സമ്മേളനത്തിൽ പുറത്തിറക്കി.

പ്രശാന്ത് കുമാർ ഗ്രൂപ്പ് എം ദക്ഷിണേഷ്യ സി.ഇ.ഒ.



പ്രമുഖ അഡ്വർടൈസിംഗ് മീഡിയ കമ്പനിയായ ഗ്രൂപ്പ് എമ്മിന്റെ ദക്ഷിണേഷ്യ സിഇഒ ആയി പ്രശാന്ത് കുമാർ നിയമിതനായി. നേരത്തെ ഗ്രൂപ്പ് എം സബ്സിഡയറി കമ്പനിയായ മൈൻഡ് ഷെയറിന്റെ ചീഫ് എക്സിക്യൂട്ടീവ് ആയിരുന്നു. പരസ്യരംഗത്തു രണ്ടു പതിറ്റാണ്ടിലേറെ സേവനപാരമ്പര്യമുള്ള പ്രശാന്ത് പാലക്കാട് സ്വദേശിയാണ്.

തെരഞ്ഞെടുത്തു



ന്യൂസ് ബ്രോഡ്കാസ്റ്റേഴ്സ് അസോസിയേഷൻ പ്രസിഡന്റായി തെരഞ്ഞെടുക്കപ്പെട്ട മുൻ സുപ്രീം കോടതി ജഡ്ജിയായിരുന്ന എ.കെ. സിക്രി.

ലുലു ഗ്രൂപ്പിന് യു.എ.ഇ ദേശീയ പുരസ്ക്കാരം



പ്രമുഖ വ്യവസായി എം.എ.യൂസഫലിയുടെ കീഴിലുള്ള ലുലു ഗ്രൂപ്പിന് യു.എ.ഇ ദേശീയ പുരസ്ക്കാരം ലഭിച്ചു. യു.എ.ഇ. ദേശീയ പുരസ്ക്കാരമായ അൽവതാനി അൽ ഇമറാത്ത് അവാർഡാണ് ലുലു ഗ്രൂപ്പിന് ലഭിച്ചത്. യു.എ.ഇ.യുടെ ദേശീയ താൽപര്യങ്ങൾക്കും രാജ്യം നടത്തുന്ന ജീവകാരുണ്യ പ്രവർത്തനങ്ങൾക്കുമായി ലുലു ഗ്രൂപ്പ് നൽകിയ സേവനങ്ങൾ കണക്കിലെടുത്താണ് പുരസ്കാരം.

സാച്ചി & സാച്ചി പുതിയ ബിസിനസ്സ് രംഗത്തേക്ക്

പ്രമുഖ അഡ്വർടൈസിങ്ങ് ഏജൻസിയായ പബ്ളിസിസ് ഗ്രൂപ്പിന്റെ ഭാഗമായ എൽ & കെ സാച്ചി & സാച്ചി ഇമാമി സിമന്റ് ലിമിറ്റഡ് എന്ന പേരിൽ പുതിയ ബിസിനസ്സ് ആരംഭിച്ചു. ഏജൻസിയുടെ കൊൽക്കത്ത ഓഫീസാണ് ഇതിന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങൾ നിയന്ത്രിക്കുന്നത്.

എസ്.എസ്.എൽ.സി സർട്ടിഫിക്കറ്റുകൾ ഡിജിലോക്കറിൽ

ഈ വർഷത്തെ എസ്.എസ്.എൽ.സി. സർട്ടിഫിക്കറ്റുകൾ ജൂലൈ 15 മുതൽ ഡിജിലോക്കറിൽ ലഭിക്കും. നമുക്കാവശ്യമായ എല്ലാ രേഖകളും സുരക്ഷിതമായി ഇ-രേഖകളായി സൂക്ഷിക്കുന്ന സംവിധാനമാണ് ഡിജി ലോക്കർ. https://digilocker.gov.in എന്ന വെബ്സൈറ്റിലൂടെ മൊബൈൽ നമ്പറും ആധാർ നമ്പറും ഉപയോഗിച്ചു ഡിജിലോക്കർ അക്കൗണ്ട് തുറക്കാം. ഇത് ആധികാരിക രേഖയായി ഉപയോഗിക്കാം. ആദ്യമായി രജിസ്റ്റർ ചെയ്യാൻ ഈ വെബ്സൈറ്റിൽ കയറി സൈൻ അപ്പ് എന്ന ലിങ്ക് ക്ലിക്കു ചെയ്തു മൊബൈൽ നമ്പർ കൊടുക്കണം. ഈ മൊബൈലിലേക്കു ലഭിക്കുന്ന ഒറ്റത്തവണ പാസ്‌വേഡ് (OTP) നൽകിയ ശേഷം തുടർന്ന് ഉപയോഗിക്കാൻ ഉദ്ദേശിക്കുന്ന യൂസർ നെയിമും പാസ്‌വേഡും നൽകണം. അതിനുശേഷം ആധാർ നമ്പർ ലിങ്ക് ചെയ്യണം.

എസ്.എസ്.എൽ.സി. സർട്ടിഫിക്കറ്റ് ഡിജി ലോക്കറിൽ ലഭിക്കുന്നതിനായി ഡിജി ലോക്കറിൽ ലോഗിൻ ചെയ്തശേഷം 'ഗെറ്റ് മോർ നൗ' എന്ന ബട്ടണ് ക്ലിക്ക് ചെയ്യണം. എജ്യുക്കേഷൻ എന്ന സെക്ഷനിൽ നിന്നു ബോർഡ് ഓഫ് പബ്ലിക് എക്സാമിനേഷൻ കേരള തിരഞ്ഞെടുക്കുക. തുടർന്ന് ക്ലാസ്സ് 10 ലീവിങ്ങ് സർട്ടിഫിക്കറ്റ് സെലക്റ്റ് ചെയ്യുക. രജിസ്റ്റർ നമ്പറും വർഷവും കൊടുത്തു സൈറ്റിലൂടെ ലഭിക്കുന്ന മാർഗ നിർദ്ദേശം അനുസരിച്ച് ചെയ്താൽ എസ്.എസ്.എൽ.സി. സർട്ടിഫിക്കറ്റ് ലഭിക്കും.

ഡിജി ലോക്കർ സംബന്ധിച്ച പ്രശ്ന പരിഹാരത്തിനു സംസ്ഥാന ഐടി മിഷന്റെ സിറ്റിസൺ കോൾ സെന്ററിലെ 1800 4251 1800 (ടോൾ ഫ്രീ) 155300 (ബി.എസ്.എൻ.എൽ. നെറ്റ്‌വർക്കിൽ നിന്ന്) 0471 2115054, 2115098, 2335523 (മറ്റ് നെറ്റ്‌വർക്കിൽ നിന്ന്) എന്നീ നമ്പറുകളിൽ വിളിക്കാം.

വാട്സാപ്പിൽ പരസ്യങ്ങൾ സ്റ്റാറ്റസ് രൂപത്തിൽ

വാട്സാപ്പിൽ അടുത്ത വർഷത്തോടെ പരസ്യങ്ങൾ പ്രത്യക്ഷപ്പെടാൻ തുടങ്ങും. വാട്സാപ്പ് സ്റ്റാറ്റസ് രൂപത്തിലാവും പരസ്യങ്ങൾ. സ്റ്റാറ്റസുകൾക്കിടയിൽ ഇത്തരത്തിൽ പരസ്യങ്ങൾ പ്രത്യക്ഷപ്പെടും. ഫേസ്ബുക്കിന്റെ ഉടമസ്ഥതയിൽ തന്നെയുള്ള ഫോട്ടോ ഷെയറിങ്ങ് സേവനമായ ഇൻസ്റ്റഗ്രാമിൽ സമാനമായ രീതിയിൽ സ്റ്റാറ്റസ് പരസ്യങ്ങൾ നൽകാൻ ആരംഭിച്ചിരുന്നു.

ലോകത്തിലെ 100 ആഡംബര ബ്രാൻഡുകളിലൊന്ന് കല്യാൺ

ഇന്ത്യയിലെ ആഭരണ ബ്രാൻഡുകളിലൊന്നായ കല്യാൺ ജൂവലേഴ്സിനെ ഡിലോയിറ്റ് ആഗോളതലത്തിൽ ഏറ്റവും മികച്ച 100 ആഡംബര ബ്രാൻഡുകളിൽ ഒന്നായി തിരഞ്ഞെടുത്തു. കല്യാൺ ജൂവലേഴ്സ് (റാങ്ക് 35), പി.ജൂവലറി (റാങ്ക് 40), ജോയ് അലൂക്കാസ് (റാങ്ക് 47) ഉൾപ്പെടെ അഞ്ച് ഇന്ത്യൻ ബ്രാൻഡുകൾ പട്ടികയിലുണ്ട്.

റീ ക്രിയേറ്റർ

അരുൺരാജ് പുത്തണൽ രചനയും സംവിധാനവും നിർവ്വഹിക്കുന്ന ചിത്രമാണ് റീ ക്രിയേറ്റർ. ഓസ്ട്രിയ മൂവി പ്രൊഡക്ഷൻസിന്റെ ബാനറിൽ പ്രവിത ആർ. പ്രസന്ന, സുനിതകുമാരി എന്നിവർ ചേർന്നാണ് ചിത്രം നിർമ്മിക്കുന്നത്. സിനിമയ്ക്കുള്ളിലെ കഥ തുറന്നു പറയുന്ന ചിത്രമാണിത്. അഞ്ചൽ മോഹൻ ആണ് ചിത്രത്തിലെ നായകൻ. ലീന ഗെലോട്ട്, ദേവികാ സുരേഷ് എന്നിവരാണ് നായികമാർ. തുല്യ പ്രാധാന്യമുള്ള വേഷങ്ങളിൽ ഋഷികുമാർ, മനീഷ, അനുമോൾ എന്നിവരും അഭിനയിക്കുന്നു. മധുമേനോൻ, ബിനീഷ് ബാസ്റ്റിൻ, സന്തോഷ് കൃഷ്ണ, പ്രേംജിത്ത്, അജു അജിത്ത്, ആദർശ്, അനന്തു അശോകൻ, വിജു വിൽസൺ, അജിത് അരവിന്ദ്, ആനന്ദ് ആറ്റുകാൽ, അർജ്ജുൻ ഹരീന്ദ്രനാഥ്, വൈബിൻ ബി.ബി, വിജി കൃഷ്ണ, രാഖി ദിക്ഷ, കൃഷ്ണപ്രിയ അശോകൻ, ശ്രീക്കുട്ടി, മഹാലക്ഷ്മി കൂന്നൂർ എന്നിവരാണ് മറ്റ് താരങ്ങൾ.

ഛായാഗ്രഹണം: തിഷാത് സ്വാമി ചെന്നൈ, വിസോൾ കരുനാഗപ്പള്ളി. ഗാനരചന: അജിത് എസ്. പിള്ള, ബാബു നാരായണൻ. സംഗീതം: ബാബുനാരായണൻ, പി.എം. രാജാപോൾ. ഗായകർ: എം.ജി. ശ്രീകുമാർ, ഇഷാൻ ദേവ്, അൻവർ സാദത്ത്, വിഷ്ണു നമ്പൂതിരി, അഖില ആനന്ദ്, വീണ സുജിത്. സഹ സംവിധാനം: വൈബിൻ പാലക്കാട്. സംവിധാന സഹായി : അജിത് അരവിന്ദ്. പ്രൊഡക്ഷൻ കൺട്രോളർ : വിശാഖ് കൃഷ്ണ എ.എം.പി. പ്രൊഡക്ഷൻ മാനേജർ: അഖിൽ രാജ് എറണാകുളം. എക്സിക്യൂട്ടീവ് പ്രൊഡ്യൂസർ: അമ്പാടി കൃഷ്ണൻ. ചമയം: രതീഷ് നരുവാമൂട്. വസ്ത്രാലങ്കാരം: ഉമേഷ് ആറ്റുപുറം. കലാസംവിധാനം: ഉണ്ണി കോവളം. നിശ്ചല ഛായാഗ്രഹണം: സതീഷ് കോറൽ. കോറിയോഗ്രാഫർ: പത്മലാൽ, മൻസൂർ കോഴിക്കോട്. സ്റ്റണ്ട് : ബ്രൂസ്‌ലി രാജേഷ്, ജാഗ്വാർ തങ്കം. പി.ആർ.ഒ: റഹിം പനവൂർ.



അഞ്ചൽ മോഹൻ



അനുമോൾ



സ്വർഗ്ഗത്തിൽ ഒരു രാത്രി

ബ്ലോഗറും തിരക്കഥാകൃത്തുമായ മനോജ് എസ്.നായർ രചനയും സംവിധാനവും നിർവ്വഹിക്കുന്ന ചിത്രമാണ് സ്വർഗ്ഗത്തിൽ ഒരു രാത്രി. കുന്നിൽ എന്റർടൈൻമെന്റ്സിന്റെ ബാനറിൽ നഹാസ് മുഹമ്മദ് ഇസ്മായിൽ ആണ് ചിത്രം നിർമ്മിക്കുന്നത്. ഒരു ക്രിസ്മസ് രാത്രിയിൽ സുഹൃത്തുക്കളുടെ ഹൈറേഞ്ചിലൂടെയുള്ള യാത്രയ്ക്കിടെ നടക്കുന്ന സംഭവവികാസങ്ങളാണ് ത്രില്ലർ ഗണത്തിൽപ്പെട്ട ഈ ചിത്രത്തിന്റെ പ്രമേയം.

അനുരാഗ കരിക്കിൻവെള്ളം എന്ന ചിത്രത്തിൽ ശ്രദ്ധേയമായ കഥാപാത്രത്തെ അവതരിപ്പിച്ച നാജിഖാൻ ആണ് കേന്ദ്ര കഥാപാത്രത്തെ അവതരിപ്പിക്കുന്നത്. പൂജപ്പുര രാധാകൃഷ്ണൻ, ഡിസ്നി ജയിംസ്, മണി നായർ എന്നിവരാണ് മറ്റ് അഭിനേതാക്കൾ. ഛായാഗ്രഹണം: ഹരീഷ് കൃഷ്ണൻ. അതിരൻ എന്ന ചലച്ചിത്രത്തിന്റെ സംഗീത സംവിധാനത്തിലൂടെ ശ്രദ്ധേയനായ പി.എസ്. ജയഹരി ആണ് പശ്ചാത്തല സംഗീതം ഒരുക്കിയിരിക്കുന്നത്. ചിത്രസംയോജനം: മിഥുൻ മുരളി. ചമയം: ബൈജു ബാലരാമപുരം. ശബ്ദലേഖനം: ടി. കൃഷ്ണനുണ്ണി. കളറിംഗ്: ആർ. മുത്തുരാജ്. എഫക്ട്സ്: രാജ് മാർത്താണ്ഡം. കലാസംവിധാനം: കൃഷ്ണമുരളി. പി.ആർ.ഒ: റഹിം പനവൂർ.



ക്യാൻസർ

സജീവ് കിളികുലം രചനയും ഗാനരചനയും സംവിധാനവും നിർവ്വഹിക്കുന്ന ചിത്രമാണ് ക്യാൻസർ. നരിമറ്റത്തിൽ ഫിലിംസിന്റെ ബാനറിൽ ബിനോ ജോസഫ് (ആർവിൻ) ആണ് ചിത്രം നിർമ്മിക്കുന്നത്.

സമൂഹത്തിൽ ദുരന്തപൂർണമായി പടർന്നുകൊണ്ടിരിക്കുന്ന രോഗമാണ് ക്യാൻസർ. ഇതിനെക്കുറിച്ചുള്ള പഠനവും ഗവേഷണവും സന്ദേശവും ഉൾക്കൊള്ളുന്ന ചിത്രമാണ് ക്യാൻസർ. ഈ രോഗത്തെക്കുറിച്ചുള്ള കാഴ്ചപ്പാടുകൾ മാറ്റേണ്ടുന്ന കാലഘട്ടത്തെക്കുറിച്ചാണ് സിനിമ ചർച്ച ചെയ്യുന്നത്. സമൂഹത്തിലെ പല ഇടങ്ങളിലും സഞ്ചരിച്ചും കണ്ടും കേട്ടും അറിഞ്ഞും ക്യാൻസർ രോഗികളായ പലരുടെയും ജീവിതങ്ങളിലേക്ക് കടന്നു ചെന്നും കണ്ടെത്തിയ കഥാതന്തു ആണ് ക്യാൻസർ എന്ന ചിത്രമെന്ന് സംവിധായകൻ പറഞ്ഞു.

ഇന്നും അജ്ഞാതമാണ് രോഗകാരണവും ചികിത്സയും രോഗ നിയന്ത്രണവും. ക്യാൻസറിനെക്കുറിച്ച് ഭയപ്പെടേണ്ട കാലം കഴിഞ്ഞു എന്ന് ഈ ചിത്രം ചൂണ്ടികാട്ടുന്നു. കൃത്യമായ ഒരു കഥാപശ്ചാത്തലത്തിലൂടെ, കഥാപാത്ര ചിത്രീകരണത്തിലൂടെ സമൂഹ മനസ്സാക്ഷികളിലേക്ക് ഈ ചലച്ചിത്രം സഞ്ചരിക്കുമെന്ന് സംവിധായകൻ പറഞ്ഞു.

ഈ സിനിമയിലെ മുഖ്യ കഥാപാത്രത്തെ അവതരിപ്പിക്കുന്നത് നിർമ്മാതാവ് കൂടിയായ ആർവിൻ ആണ്. പുതുമുഖം അനുസ്മിത ആണ് നായിക. നാടകാചാര്യൻ ഇബ്രാഹിം വെങ്ങര പ്രധാനപ്പെട്ട ഒരു കഥാപാത്രത്തെ അവതരിപ്പിക്കുന്നു. നിഷാന്ത്, കോട്ടയം സോമരാജ്, ശിവദാസൻ മട്ടന്നൂർ, വിനോദ് എം.ടി. , സുധാകരൻ, റസൂൽ സോണിയ മൽഹാർ, ബിന്ദുശ്രീ, ജിഷ, ആതിര, നിജി സിറാജ്, രേഖ ശേഖർ, കൃഷ്ണേന്ദു തുടങ്ങിയവരാണ് മറ്റ് പ്രധാന താരങ്ങൾ. ഛായാഗ്രഹണം : രഘു. സംഗീതം : ആനന്ദകുമാർ. ആലാപനം : വിജയ് യേശുദാസ്, കെ.എസ്. ചിത്ര, റീജ. പി.ആർ.ഒ: റഹിം പനവൂർ. കലാസംവിധാനം : വിജീഷ് മെനോര, കോ–ഓർഡിനേറ്റർ: സതീന്ദ്രൻ പിണറായി.

ജാലകം

നിർമ്മാതാവ്, നടൻ, തിരക്കഥാകൃത്ത് എന്നീ നിലകളിൽ ശ്രദ്ധേയനായ താജ് ബഷീർ നിർമ്മാണവും സംവിധാനവും നിർവ്വഹിക്കുന്ന ചിത്രമാണ് ജാലകം. താജ് ക്രിയേഷൻസിന്റെ ബാനറിൽ ഖാൻ ആൻഡ് ബേക്കർ പ്രൊഡക്ഷൻസിന്റെ സഹകരണത്തോടെയാണ് ചിത്രം നിർമ്മിക്കുന്നത്. സൂരജ് ഖാൻ ആണ് എക്സിക്യൂട്ടീവ് പ്രൊഡ്യൂസർ. കെ.എൽ.ശ്രീകൃഷ്ണദാസിന്റെ കഥ അവലംബത്തിൽ താജ് ബഷീറാണ് തിരക്കഥയും സംഭാഷണവും രചിച്ചത്.

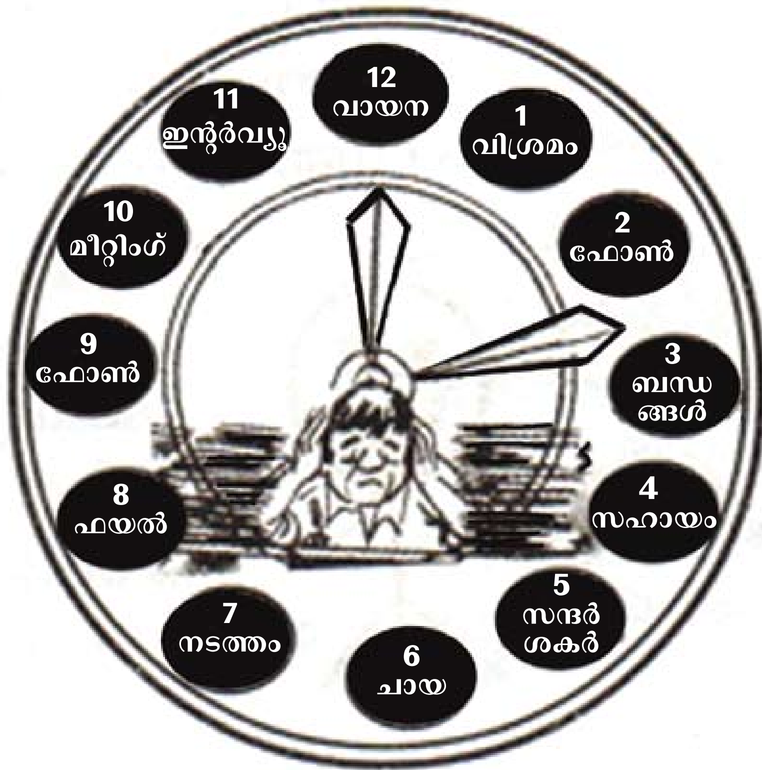
വിദേശത്തുള്ള മകളുടെയും കുടുംബത്തിന്റെയും വല്ലപ്പോഴും തേടി എത്തുന്ന വാക്കുകളിൽ ആശ്വാസം കൊള്ളുന്ന വിഭാര്യനായ കേണൽ ബാലകൃഷ്ണൻ ഒരു സുഖവാസ ആശുപത്രിയിലെ അന്തേവാസിയാണ്. കേണലിന്റെ മുറിയിലേക്ക് കടന്നുവരുന്ന യുവാവായ മറ്റൊരു അന്തേവാസിയാണ് അരവിന്ദൻ. ഇരുവരുടെയും തെളിനീർ പോലുള്ള സൗഹൃദത്തിന്റെ കഥയാണ് ഈ ചിത്രം പറയുന്നത്.

കേണൽ ബാലകൃഷ്ണനായി എത്തുന്നത് ക്യാപ്ടൻ രാജു ആണ്. ക്യാപ്ടൻ രാജു അഭിനയിച്ച് പൂർത്തിയാക്കിയ അവസാന ചിത്രമാണ് എന്ന പ്രത്യേകതയുമുണ്ട്. ശബ്ദ സാന്നിധ്യംകൊണ്ട് നടൻ ഇന്ദ്രജിത്ത് പ്രധാനപ്പെട്ട ഒരു കഥാപാത്രമായി മാറുന്നു. ഡോ: ശ്രുതി



താജ് ബഷീർ, ക്യാപ്ടൻ രാജു

വിജയൻ, താജ് ബഷീർ, കവിത നായർ, സംഗീത സുദർശൻ, ശില്പ ദിവാകർ, മനോജ് നായർ എന്നിവരാണ് മറ്റ് അഭിനേതാക്കൾ. നേഴ്സ് നയന എന്ന നായിക കഥാപാത്രത്തെയാണ് ഡോ: ശ്രുതി വിജയൻ അവതരിപ്പിക്കുന്നത്. സീനിയർ നേഴ്സായി കവിത നായർ അഭിനയിക്കുന്നു. ഛായാഗ്രഹണം: രാജീവ് വിജയ്. പശ്ചാത്തല സംഗീതം: ജയൻ പിഷാരടി. എഡിറ്റിംഗ്: അനീഷ്. അസോസ്സിയേറ്റ് ഡയറക്ടർ: കൃഷ്ണ മുരളി. പ്രൊഡക്ഷൻ എക്സിക്യൂട്ടീവ്: അനൂപ് ജനാർദ്ദനൻ. കോസ്റ്റ്യൂംസ്: സുഷ്മി സിറാജ്. പി.ആർ.ഒ: റഹിം പനവൂർ. കലാസംവിധാനം: ശ്യാം. മേക്കപ്പ്: ബൈജു ബാലരാമപുരം. യൂണിറ്റ്: ചിത്രാഞ്ജലി.





ഫാ. ഡോ. യബ്ബേസ് പീറ്റർ
ചൈൽഡ് വെൽഫെയർ ബോർഡ്
കമ്മറ്റി മെമ്പർ

വ്യക്തമായ പ്ലാനിംഗ്

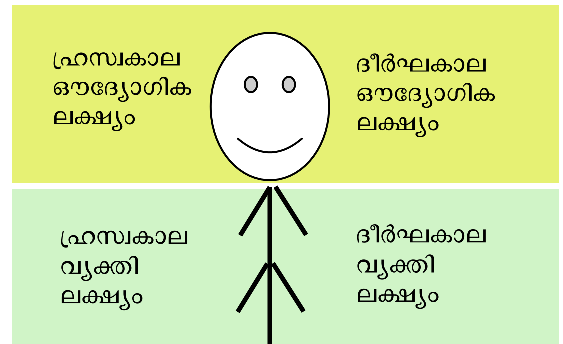
ചാർട്ട് ക്രമീകരണം വിവിധ ഘടകങ്ങളെ ആശ്രയിച്ചിരിക്കുന്നു. നമ്മുടെ കഴിവ്, സിദ്ധി, കുടുംബജീവിതസാഹചര്യം, ബുദ്ധിശക്തി, ശാരീരികാവസ്ഥകൾ തുടങ്ങിയ നൂറുകൂട്ടം കാര്യങ്ങൾ.

നാളെ എനിക്ക് ആരായിത്തീരണം, എന്തായിത്തീരണം എന്ന് ഉറച്ച ബോധ്യമുണ്ടാകണം. എങ്കിലേ അതിനുവേണ്ടി ഇന്നു തന്നെ അധ്വാനിക്കൂ. ദിവസത്തിന്റെ ഓരോ മണിക്കൂറിലും അത് മനസിലുണ്ടാകണം. അത്രമാത്രം സ്വപ്നം കാണണം. ഉറച്ച ലക്ഷ്യബോധം സമയക്രമീകരണം സാധ്യമാക്കും.

പദ്ധതികളെ രണ്ടായി തിരിക്കണം : 1. ഹ്രസ്വ കാല പദ്ധതി (Short Term) 2. ദീർഘകാല പദ്ധതി (Long Term)

ഒന്നോ രണ്ടോ വർഷം കൊണ്ടു ചെയ്തു തീർക്കുന്നവയാണ് ഹ്രസ്വകാലപദ്ധതി. കൂടുതൽ വർഷങ്ങൾ കൊണ്ട് തീരുന്നവയും നിരന്തര പ്രയത്നവും സ്ഥിരോൽസാഹവും വേണ്ടതുമാണ് ദീർഘകാല പദ്ധതികൾ. ഹ്രസ്വകാല - ദീർഘകാല പദ്ധതികൾ വ്യക്തിപരമെന്നും (Personal) ഔദ്യോഗികമെന്നും (Professional) തരംതിരിക്കാം. ഇത് സമയവിനിയോഗത്തിന് വ്യക്തതയും കാര്യക്ഷമതയും നൽകും. ഇവയ്ക്ക് തമ്മിൽ ബാലൻസ് ഉണ്ടായിരിക്കണം. ഏതെങ്കിലും ഒരു പദ്ധതിയിൽ മാത്രം മുഴുകിയാൽ അസ്വസ്ഥതകൾ ഉണ്ടാകാം.

ഉദാഹരണത്തിന്, ദീർഘകാലപദ്ധതിയിൽ മാത്രം മുഴുകിയ ഒരാളുടെ കാര്യമെടുക്കുക. സദാസമയവും ബിസിനസ് ചിന്തകൾ മാത്രം. ഇത് ദൈനംദിന - കുടുംബകാര്യങ്ങൾ പ്രതിസന്ധിയിലാഴ്ത്താം.



സന്തുലിതമായ പ്രവർത്തനപദ്ധതികൾ

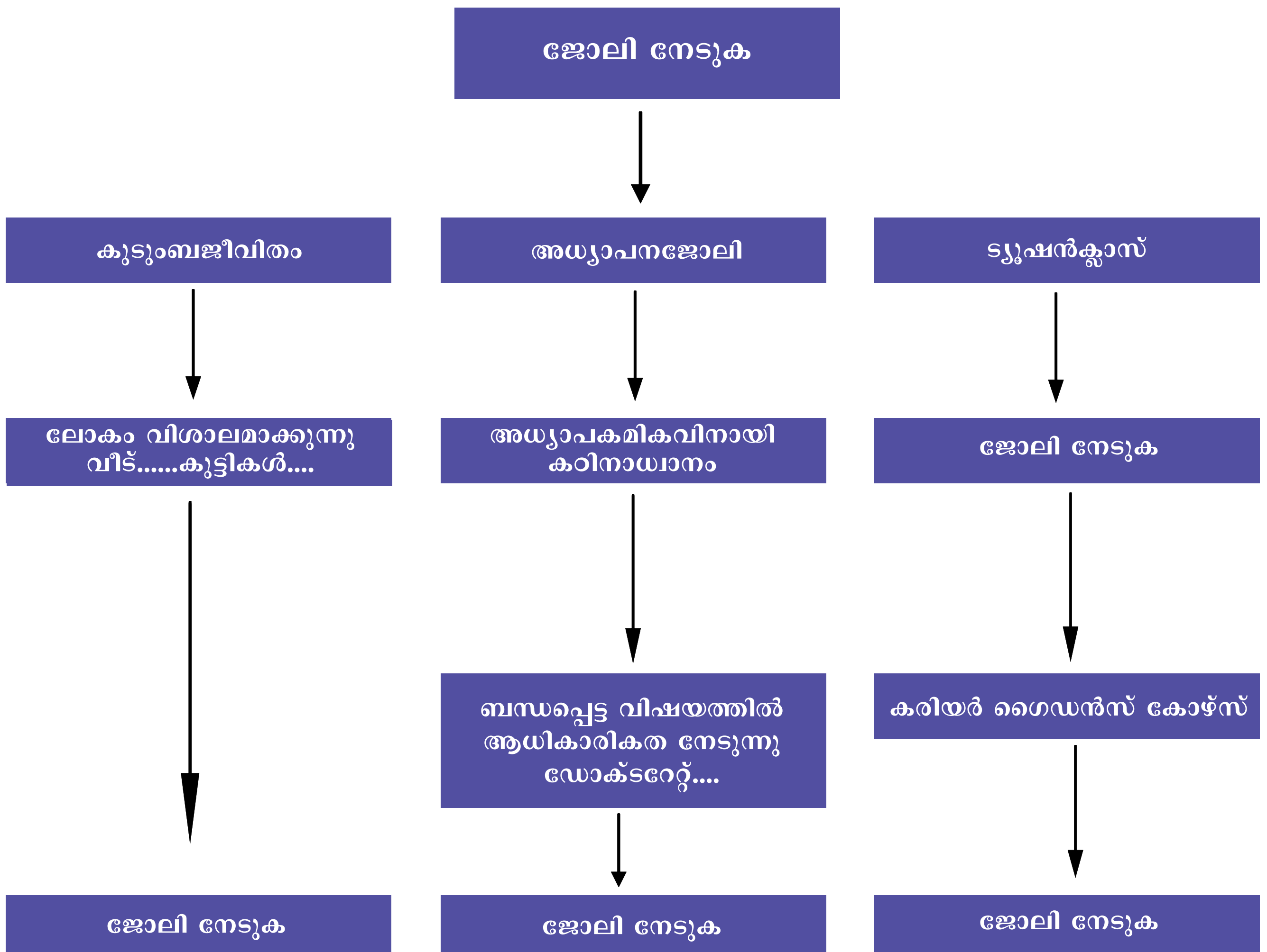
ഡു ലിസ്റ്റുകൾ (To do list)

വളരെ എളുപ്പം ചെയ്യാനാവുന്ന കാര്യമാണ് 'ഡു ലിസ്റ്റ്'. ചെയ്തു തീർക്കേണ്ട എല്ലാ ജോലിയും പേപ്പറിൽ എഴുതുക. അവ ഓരോന്നും ക്രമമായി ചെയ്യുക. വളരെ ലളിതം. എന്നാൽ, ഏറ്റം കാര്യക്ഷമം. മൂന്നു തരം 'ഡു ലിസ്റ്റു'കളുണ്ട്. 1. ദിവസേനയുള്ള ലിസ്റ്റ് (daily –to-do-list) 2. പ്രോജക്ട് ലിസ്റ്റ് (Project-to-do-list), 3. ദീർഘകാല ലിസ്റ്റ് (Long-term-to-do-list).

ദിവസേനയുള്ള ഡു-ലിസ്റ്റുകൾക്ക് സമയപരിധി (dead line) ഉണ്ടാകണം. ഓരോ മണിക്കൂറിലും അവ കൃത്യമായി പാലിക്കണം. നിരന്തരം പുതുക്കിക്കൊണ്ടുമിരിക്കണം. ജോലിയിൽ ഉൽസാഹവും സംതൃപ്തിയും നൽകുന്ന നല്ല സംവിധാനമാണിത്. മറ്റു രണ്ടു ലിസ്റ്റുകളും സമയബന്ധിതമായി തീർക്കേണ്ടവ ആയിരിക്കില്ല. എങ്കിലും ഓരോ ആഴ്ചകളിലും മറ്റും അവ നടപ്പിലാക്കണം. ഏറ്റവും വിലപ്പെട്ട സമയം അനാവശ്യകാര്യങ്ങൾക്കായി പാഴാക്കാതിരിക്കാൻ ഉറച്ച ലക്ഷ്യബോധമുണ്ടായാൽ മാത്രം പോരാ. ലക്ഷ്യത്തിലെത്തിച്ചേരുന്നതിന് ഓരോ ആഴ്ചയും കണക്കുകൂട്ടി മുന്നേറണം. ഇത്തരം ഡു ലിസ്റ്റുകൾ ലക്ഷ്യങ്ങളെക്കുറിച്ചുള്ള ഒരു ചാർട്ട് ആയി ഉണ്ടാക്കണം. അപ്പോൾ എവിടെയാണ് അടുത്തതായി എത്തിച്ചേരേണ്ടതെന്ന് നിയതരൂപമുണ്ടാകും. തദനുസൃതം നീങ്ങുക.

ചാർട്ട് ക്രമീകരണം വിവിധ ഘടകങ്ങളെ ആശ്രയിച്ചിരിക്കുന്നു. നമ്മുടെ കഴിവ്, സിദ്ധി, കുടുംബജീവിതസാഹചര്യം, ബുദ്ധിശക്തി, ശാരീരികാവസ്ഥകൾ തുടങ്ങിയ നൂറുകൂട്ടം കാര്യങ്ങൾ. കാലുരണ്ടും നഷ്ടപ്പെട്ട ഒരുവൻ നല്ല ഡാൻസുകാരനാവണമെന്ന് സ്വപ്നം കാണുമ്പോൾ തന്റെ പരിമിതികളെ മനസ്സിലാക്കുകയും വേണമല്ലോ. കൃത്രിമമാർഗത്തിലൂടെ വിധിയെ വെല്ലുവിളിച്ച് അവന് ലക്ഷ്യത്തിലെത്തിച്ചേരാമെങ്കിലും.

പ്ലാനിംഗ് ചാർട്ട്





ശരീരഭാഷ – കലയും സാദ്ധ്യതയും

'ഞാൻ രണ്ട് ഭാഷകളാണ് സംസാരിക്കുന്നത്. ഒന്ന് ഇംഗ്ലീഷ് രണ്ട് ശരീര ഭാഷ'
– മേ വെസ്റ്റ്

ആശയവിനിമയത്തിന്റെ കാര്യത്തിൽ വാക്കുകൾകൊണ്ടുള്ള സംസാരത്തേക്കാൾ പ്രാധാന്യമർഹിക്കുന്ന കാര്യമാണ് ശരീരം കൊണ്ടുള്ള സംസാരം അഥവാ ശരീരഭാഷ ഉപയോഗിച്ചുള്ള സംസാരം. മികച്ച ശരീരഭാഷ ഫലപ്രദമായ ആശയവിനിമയത്തിലേക്ക് വഴിതെളിക്കുന്നു. സംസാരഭാഷയും അക്ഷരങ്ങളും പരിഗണിക്കുന്നതിനും മുൻപ് രൂപം കൊണ്ട മനുഷ്യന്റെ നൈസർഗിക ഭാഷയാണ് ശരീരഭാഷ. ആശയവിനിമയം എന്നത് ഒരു തുടർ പ്രക്രിയയാണ്. ഇത് എപ്പോഴും വാക്കുകളിലൂടെ ആവണമെന്നില്ല. നമ്മുടെ മൂല്യങ്ങളും വിശ്വാസങ്ങളും ചിന്തകളുമൊക്ക നാം വാക്കുകൾ കൊണ്ട് എന്നതിനേക്കാൾ ശരീരം കൊണ്ടാണ് സാധാരണയായി പ്രകടിപ്പിക്കാറ്. വാക്കാലുള്ള ആശയവിനിമയത്തോടൊപ്പം ശരീരം കൊണ്ടുള്ള ആശയവിനിമയം കൂടി സമന്വയിപ്പിക്കുമ്പോഴാണ് ആശയവിനിമയം പൂർണ്ണമാകുന്നത്.

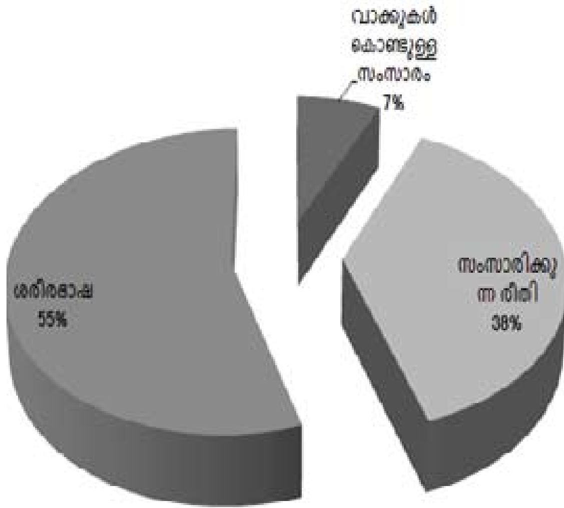
'ശരീരഭാഷ വളരെ ശക്തമായ ഒരു ഉപകരണമാണ്. നമ്മൾ സംസാരം പരിശീലിക്കുന്നതിനും വളരെ മുമ്പേ ശരീരഭാഷ ഉണ്ടായിരുന്നു. ഒരു സംഭാഷണത്തിൽ നിങ്ങൾക്ക് മനസ്സിലാകുന്ന കാര്യത്തിന്റെ എൺപത് ശതമാനവും ശരീരത്തിലൂടെയാണ് വാക്കുകളിലൂടെയല്ല' എന്നാണ് ഇംഗ്ലീഷ് എഴുത്തുകാരിയും നർത്തകിയുമായ ഡെബൊറ ബുൾ അഭിപ്രായപ്പെട്ടത്.

ശരീരഭാഷയുടെ പ്രാധാന്യം

മനുഷ്യന്റെ സംഭാഷണത്തിൽ കേവലം ഏഴ് ശതമാനം മാത്രമാണ് വാക്കുകൾകൊണ്ട് നടക്കുന്നത്. ഏകദേശം 38 ശതമാനം ആശയവിനിമയം നടക്കുന്നത് സംസാര രീതിയിലൂടെയും സ്വരവിന്യാസത്തിലൂടെയുമാണ്. ബാക്കിയുള്ള 55 ശതമാനം ആശയവിനിമയവും നടക്കുന്നത് ശരീരഭാഷ ഉപയോഗിച്ചാണ്. നിരന്തരമായ പഠനത്തിലൂടെയും ശാസ്ത്രീയമായ അന്വേഷണങ്ങളിലൂടെയും വെളിപ്പെട്ട ഈ വസ്തുത വെളിച്ചം വീശുന്നത് ശരീരഭാഷയുടെ പ്രാധാന്യത്തിലേക്കാണ്. ആധുനിക ആശയവിനിമയത്തിന്റെ ഏറ്റവും പ്രധാനപ്പെട്ട ഭാഗമാണ് ശരീരഭാഷ. "Action speaks louder than words" ''വാക്കുകളേക്കാൾ ശക്തമാണ് പ്രവർത്തി'' എന്ന ചൊല്ല് നാം കേട്ടിട്ടുണ്ട്. ആശയവിനിമയത്തിന്റെ കാര്യത്തിൽ ഇത് വളരെ ശരിയാണുതാനും. നമ്മുടെ മനസ്സിന്റെ അവസ്ഥകൾ കൃത്യമായി പ്രകടമാക്കുന്നത് ശരീരഭാഷകൊണ്ടുള്ള ആശയവിനിമയത്തിലാണ്. ശരീരഭാഷയെക്കുറിച്ചുള്ള വ്യക്തമായ അറിവ് മറ്റുള്ളവരെ മനസ്സിലാക്കുവാനും സ്വന്തം ശരീരചലനങ്ങൾ മെച്ചപ്പെടുത്തുന്നതിനും സഹായകരമാണ്.

ശരീരഭാഷ വളരെയധികം സങ്കീർണ്ണമാണ്. മനുഷ്യശരീരത്തിന് ഏകദേശം എഴുപതിനായിരത്തോളം വിവിധങ്ങളായ ശരീര ചലനങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുവാൻ കഴിയുമെന്ന അറിവ് ഈ സങ്കീർണ്ണതയ്ക്ക് ആക്കം കൂട്ടുന്നു. നമ്മുടെ ശരീരം എപ്പോഴും ബോധപൂർവ്വമായ രീതിയിലോ അല്ലാത്ത രീതിയിലോ സംസാരിച്ചു കൊണ്ടേ ഇരിക്കുന്നു. അറിഞ്ഞോ അറിയാതെയോ നാം പലപ്പോഴും സംഭാഷണത്തിൽ ശരീരഭാഷ ഉപയോഗിക്കാറുണ്ട്.

സന്തോഷം, ദു:ഖം, കോപം, അതിശയം, വെറുപ്പ്, പേടി, ആശയക്കുഴപ്പം, ആവേശം, ആഗ്രഹം, എതിർപ്പ്





തുടങ്ങിയ ഏത് വികാരവും ശരീരഭാഷയിലൂടെ പ്രകടിപ്പിക്കുവാൻ കഴിയും. മനസ്സിലുള്ളത് അതേപടി പ്രകടിപ്പിക്കുക എന്നതാണ് ശരീരത്തിന്റെ രീതി. അത് കൊണ്ട് തന്നെ ഒരു പരിധിവരെ ശരീരഭാഷ സംസാരഭാഷയേക്കാൾ കൂടുതൽ സത്യസന്ധമാണ്. 'ശരീരം ഒരിക്കലും കള്ളം പറയുന്നില്ല' എന്നാണല്ലോ അമേരിക്കൻ നർത്തകി മാർത്ത് ഗ്രഹാം അഭിപ്രായപ്പെട്ടിരിക്കുന്നത്.

ശരീരഭാഷ എന്നത് ഒരു വ്യക്തിയുടെ വൈകാരിക വ്യക്തിത്വത്തിന്റെ ബാഹ്യപ്രതിഫലനമാണ്. രാഷ്ട്രീയ പ്രവർത്തകർ, അവതാരകർ, അദ്ധ്യാപകർ തുടങ്ങി സമൂഹത്തിന്റെ നാനാതുറകളിലുള്ളവർ ശരീരഭാഷയുടെ സാധ്യതകൾ അനുദിന ജീവിതത്തിൽ മനസ്സിലാക്കിയിട്ടുള്ളവരാണ്. ചാർലി ചാപ്ലിനെപ്പോലെയുള്ള നിശബ്ദ സിനിമാ പ്രവർത്തകർ മികച്ച രീതിയിൽ ശരീരഭാഷാ വൈദഗ്ധ്യം പ്രകടിപ്പിച്ചിട്ടുള്ളവരായിരുന്നു. തന്റെ ശരീര ചലനങ്ങളുടെ സാധ്യതകൾ ഉപയോഗിച്ചത് കൊണ്ട് മാത്രം അദ്ദേഹത്തിന്റെ സിനിമകൾ ജനകീയ സിനിമകളായി മാറി.

ശരീരഭാഷ നിത്യജീവിതത്തിൽ

അറിഞ്ഞോ അറിയാതെയോ ശരീരഭാഷയിലൂടെ നിരന്തരം ആശയങ്ങൾ സംവേദനം ചെയ്യുന്നവരാണ് നാം ഓരോരുത്തരും. "First impression is the best impression" എന്ന് നാം കേട്ടിട്ടുണ്ട്. പലപ്പോഴും "First impression" ഉണ്ടാകപ്പെടുന്നത് ശരീരഭാഷയിലൂടെയാണ്. മറ്റുള്ളവരെ വിലയിരുത്താനും സ്വന്തം വികാരങ്ങൾ പ്രകടിപ്പിക്കാനും നാം നിരന്തരം ശരീരഭാഷ ഉപയോഗിക്കുന്നു. ഒരു വലിയ സമ്മേളന നഗരിയിലേക്ക് ഒരു അതിഥി കടന്നു വരുന്നു എന്ന് ചിന്തിക്കുക. അദ്ദേഹം കടന്ന് വരുന്ന നിമിഷം മുതൽ അവിടെ കൂടിയിരിക്കുന്നവർ അദ്ദേഹത്തെപ്പറ്റിയുള്ള അഭിപ്രായ രൂപീകരണം നടത്തി കഴിഞ്ഞിരിക്കും. ഈ അഭിപ്രായ രൂപീകരണം നടക്കുന്നത് ശരീരഭാഷ നിരീക്ഷിക്കുന്നതിലൂടെയാണ്. അദ്ദേഹത്തിന്റെ നടത്തം മുഖഭാവം വേഷവിധാനം എന്നിവയിലൂടെ നാം ഒട്ടേറെ കാര്യങ്ങൾ മനസ്സിലാക്കിയെടുക്കുന്നു. കടന്നുവന്ന വ്യക്തി അത്മവിശ്വാസമുള്ള ആളാണോ, ഊർജ്ജസ്വലനാണോ, ആളുകളുടെ സാമീപ്യം ഇഷ്ടപ്പെടുന്ന ആളാണോ എന്നിങ്ങനെ ഒട്ടനവധി കാര്യങ്ങൾ. 'ആശയവിനിമയത്തിലെ ഏറ്റവും പ്രധാനപ്പെട്ട കാര്യം പറഞ്ഞിട്ടില്ലാത്ത കാര്യം കേൾക്കുക' എന്നാണെന്നാണ് മാനേജ്മെന്റ് ഗുരു പീറ്റർ എഫ് ഡ്രാക്കർ പറഞ്ഞിരിക്കുന്നത്. ശരീരഭാഷയെ കൂടുതൽ ആഴത്തിൽ മനസ്സിലാക്കിയാൽ മാത്രമേ ഇത് സാധ്യമാവുകയുള്ളൂ.

നമ്മൾ ആഗ്രഹിച്ചാലും ഇല്ലെങ്കിലും നമ്മുടെ ശരീരം നിരന്തരം സംസാരിച്ചുകൊണ്ടേയിരിക്കുന്നു. മറന്നുപോകുമ്പോൾ നെറ്റിയിൽ അല്ലെങ്കിൽ തലയിൽ തട്ടുക. ദേഷ്യം വരുമ്പോൾ മൂക്കിൽ തൊടുക, നാണം വരുമ്പോൾ മുഖം മറയ്ക്കുക, സമ്മതമല്ല എന്ന് പറയുന്നതിന് പകരം തോളുകൾ കൊണ്ട് ആംഗ്യം കാണിക്കുക തുടങ്ങിയവ ഇതിന് ഉദാഹരണങ്ങളാണ്.

ശരീരഭാഷയുടെ വിവിധ ഭാഗങ്ങൾ

സംസാരിക്കുന്ന രീതി, നിൽക്കുന്ന രീതി, ഇരിക്കുന്ന രീതി, തലയുടെ ചലനങ്ങൾ, വസ്ത്രധാരണ രീതി ഇങ്ങനെ നിരവധി മാർഗങ്ങൾ ഉപയോഗിച്ച് ശരീരം കൊണ്ടുള്ള ആശയവിനിമയം സാധ്യമാണ്. കൈവീശൽ പോലെയുള്ള കൈയുടെ ചലനങ്ങൾ വഴിയും കണ്ണിലെ ചലനങ്ങൾ വഴിയും ചിരിപോലെയുള്ള ശബ്ദങ്ങൾ ഉപയോഗിച്ചും നാം നിരന്തരം ആശയവിനിമയം നടത്തി വരുന്നു. കൈകുലുക്കൽ (Shake Hand) പോലെയുള്ള ശരീരഭാഷ വളരെ ശക്തമായ ഒരു ആശയവിനിമയ ഉപാധിയാണ്. മുഖഭാവത്തിലൂടെയും മറ്റുള്ളവരുമായി പാലിക്കുന്ന അകലത്തിലൂടെയും ഒട്ടനവധി കാര്യങ്ങൾ സംവേദനം ചെയ്യാൻ നമുക്ക് സാധിക്കുന്നു.

'മനുഷ്യന്റെ ആത്മാവിന്റെ ഏറ്റവും മികച്ച മിത്രമാണ് മനുഷ്യ ശരീരം' എന്നാണ് ഓസ്ട്രിയൻ ഗണിതശാസ്ത്രജ്ഞനായ ലുഡ്വിഗ് വിറ്റ്ജൻസ്റ്റൈൻ അഭിപ്രായപ്പെട്ടത്. അതുകൊണ്ട് തന്നെ ശരീരഭാഷയെ വേണമെങ്കിൽ ആത്മാവിന്റെ ഭാഷ എന്ന് വിളിക്കാവുന്നതാണ്. 'ശരീര ഭാഷ എനിക്ക് യഥാർത്ഥ ഭാഷയേക്കാൾ ആകർഷണീയമാണ്' എന്നാണ് മലേഷ്യൻ കലാകാരി മിഷേൽ യെഹോ പറഞ്ഞിരിക്കുന്നത്. ശരീരഭാഷയെ അടുത്തറിയുന്നതും മനസ്സിലാക്കുന്നതും മറ്റുള്ളവരുമായി നമുക്കുള്ള പ്രതിരോധത്തിന്റെ അതിർത്തികൾ മുറിച്ച് മാറ്റി മികച്ച ബന്ധം സ്ഥാപിക്കുവാൻ നമ്മെ സഹായിക്കുന്നു. ●



അരുൺ ജോർജ്ജ് മാമ്പ്ര

അസിസ്റ്റന്റ് പ്രൊഫസർ
ഭാരത് മാതാ കോളേജ് ഓഫ് കൊമേഴ്സ് & ആർട്സ്, ആലുവ
mail id: arunmampra@gmail.com





ആപ്പിളും ഐഫോണും പിക്സാറുമായി ലോകത്തെ മാറ്റി പ്രതിഷ്ഠിച്ച സ്റ്റീവ് ജോബ്സ്

ഭാഗം –17

പേഴ്സണൽ കമ്പ്യൂട്ടറുകൾ, സംഗീതം, ആനിമേഷൻ ചലച്ചിത്രങ്ങൾ, ടാബ്ലെറ്റ്, ഫോണുകൾ, ഡിജിറ്റൽ പബ്ലിഷിംഗ്, കമ്പ്യൂട്ടിംഗ് എന്നീ വ്യവസായങ്ങളിൽ വിപ്ലവം സൃഷ്ടിച്ച് ലോകത്തെ മാറ്റിമറിച്ച സർഗ്ഗാത്മക പ്രതിഭയായ സ്റ്റീവ് ജോബ്സിനെപ്പറ്റിയുള്ള പരമ്പര.

ടോയ്സ്റ്റോറി എന്ന സിനിമ റിലീസ് ചെയ്ത ഉടനെ ജെഫ്രി കാറ്റ്സെൻ ബെർഗിനോടു സ്റ്റീവ് പിണങ്ങി. 1994ൽ ഡിസ്നി വിട്ട് സ്റ്റീവൻ സ്പിൽ ബർഗും ഡേവിഡ് ഗാഫെനുമായി ചേർന്ന് കാറ്റ്സെൻ ബർഗ് പുതിയൊരു നിർമ്മാണ കമ്പനി തുടങ്ങിയിരുന്നു. 'ഡ്രീം വർക്ക്സ് SKG'. രണ്ടു കമ്പനികളും തമ്മിൽ മത്സരമായി. രണ്ടു കമ്പനികളും നിർമ്മിച്ചത് ചെറുപ്രാണികളെക്കുറിച്ചുള്ള സിനിമകളായിരുന്നു. പിക്സറിന്റെ 'A bug's Life' ഡ്രീം വർക്ക്സിന്റേത് 'Ant Z' പിക്സാറിന്റെ ഐഡിയ ഡിസ്നിയിലുള്ളവർ വഴി ഡ്രീംവർക്ക്സ് മോഷ്ടിച്ചതാണെന്ന തർക്കം ഉണ്ടായി.

1998ൽ 'Ant Z' റിലീസ് ചെയ്തു. മാനസിക രോഗിയായ ഉറുമ്പിനു ശബ്ദം കൊടുത്തത് പ്രശസ്ത ഹോളിവുഡ് താരം വുഡി അല്ലനാണ്. ലോകം മുഴുവനും നിന്നായി 263 മില്യൻ ഡോളർ വരുമാനമുണ്ടാക്കി 'Ant Z'.

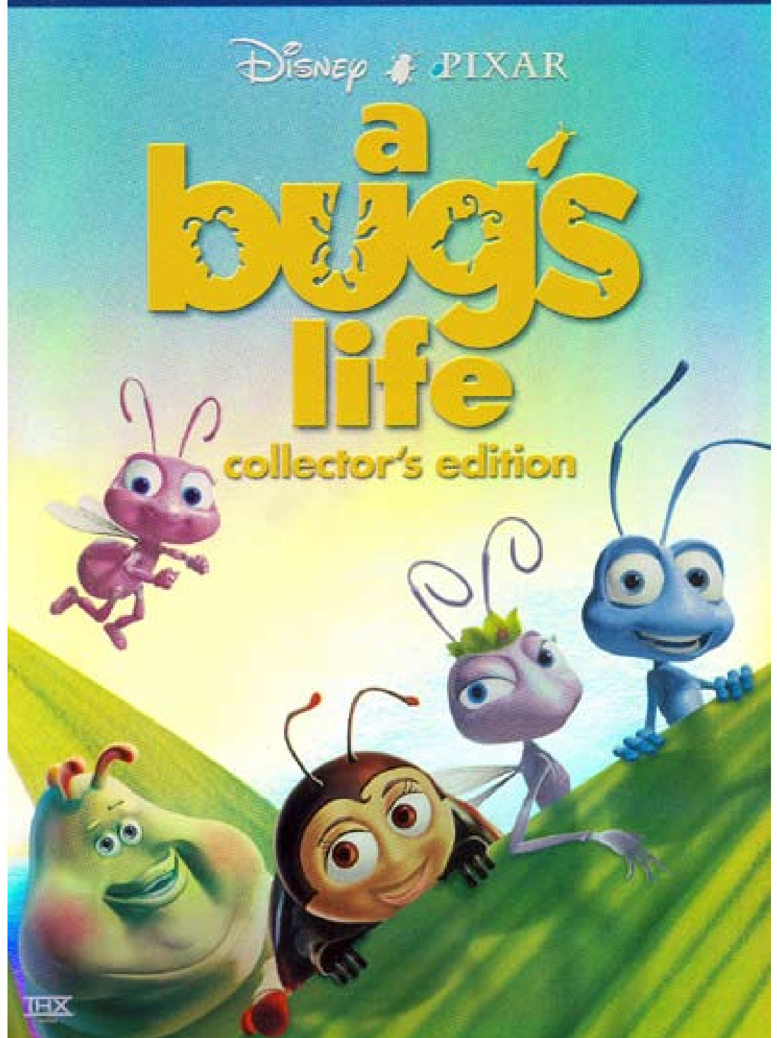
ഉറുമ്പും പച്ചത്തുള്ളനും എന്ന ഈസോപ്പു കഥയുടെ മറ്റൊരാവിഷ്കാരമായിരുന്നു 'A Bug's Life' ലോകമെമ്പാടു നിന്നും 526 മില്യൻ ഡോളറാണ് ഈ ചിത്രം വാരിക്കൂട്ടിയത്. 1999ൽ 'Toy Story - 2' എന്ന സിനിമ പിക്സർ റിലീസ് ചെയ്തു. 485 മില്യൻ ഡോളറായിരുന്നു കളക്ഷൻ. പിക്സറിന് പുതിയൊരു ഹെഡ്ക്വാർട്ടേഴ്സ് സാൻഫ്രാൻസിസ്കോയിൽ നിന്ന് ബേ ബ്രിഡ്ജിലേയ്ക്കുള്ള ഹൈവേയിൽ സ്ഥാപിച്ചു. ബർക്ക്ലേയ്ക്കും ഓക്ലാൻഡിനുമിടയ്ക്ക് എമെറിവില്ലിലെ വ്യവസായ മേഖലയിലായിരുന്നു അത്. പ്രവർത്തനരഹിതമായ ഒരു പഴയ സംസ്ക്കരണശാല ഇടിച്ചു നിരത്തി നിർമ്മാണം ആരംഭിച്ചു. ആപ്പിൾ സ്റ്റോഴ്സിന്റെ ശില്പി പീറ്റർ ബോഹ്ലിനെയാണ് അതിന്റെ ചുമതല ഏൽപ്പിച്ചത്.

പതിനാറ് ഏക്കർ വിസ്തൃതിയിലുള്ള ആ പുരയിടത്തിലെ നിർമ്മാണങ്ങളുടെ ഓരോ ഘട്ടത്തിലും സ്റ്റീവ് ജോബ്സിന്റെ സൂക്ഷ്മമായ മേൽനോട്ടമുണ്ടായിരുന്നു. സ്വന്തം സിനിമ നിർമ്മിക്കുന്നതുപോലെയായിരുന്നു സ്റ്റീവ് പിക്സർ മന്ദിരം പടുത്തുയർത്തിയത്.

പിക്സറിന്റെ അടുത്ത ചിത്രം 'Finding Nemo' കാർട്ടൂൺ ഫിലിമിന്റെ ചരിത്രത്തിലെ ഏറ്റവും മികച്ച ചിത്രമെന്ന സ്ഥാനം കരസ്ഥമാക്കി. 'The Lion King' നെയും തോൽപ്പിച്ചു കളഞ്ഞു. അമേരിക്കയിൽ നിന്ന് 340 മില്യൻ ഡോളറും 868മില്യൻ ഡോളർ ആഗോളതലത്തിലും നേടി. 2010വരെ 40 ദശലക്ഷം കോപ്പികൾ വിറ്റു തീർന്നു. സിനിമാ ചരിത്രത്തിലെ ഏറ്റവും ജനസമ്മതി നേടിയ ഡി.വി.ഡി. എന്ന ഖ്യാതിയും ലഭിച്ചു.







കാൻസർ

ആപ്പിളിനും പിക്സറിനും വേണ്ടി 1997 മുതൽ വിശ്രമമില്ലാതെ ഓടി നടന്ന കാലത്താണ് ജോബ്സിനു കാൻസർ പിടിപെട്ടത്. 2003 ഒക്ടോബറിൽ സ്കാൻ ചെയ്തപ്പോൾ പാൻക്രിയാസിൽ കറുത്ത ഒരു അടയാളം കണ്ടു. പാൻക്രിയാറ്റിക് എൻഡോക്രൈൻ ട്യൂമറെന്ന അപൂർവ്വ വിഭാഗത്തിൽ പെടുന്നതായിരുന്നെങ്കിലും വളർച്ച സാവധാനത്തിലായതുകൊണ്ട് ചികിത്സിച്ചു ഭേദമാക്കാമെന്ന് ഡോക്ടർമാർ വിശ്വസിച്ചു. തനിക്ക് ഇഷ്ടപ്പെടാത്ത കാര്യങ്ങളെ അവഗണിക്കുന്ന ശീലമുള്ള സ്റ്റീവ് ഓപ്പറേഷൻ നടത്താനും ഡോക്ടർമാരുമായി സഹകരിക്കാനും വിസമ്മതിച്ചു.

പച്ചമരുന്നുകളും പഴച്ചാറുകളും അക്യുപങ്ചറും മനഃശാസ്ത്ര ചികിത്സയും നടത്തി. പക്ഷേ രോഗം വ്യാപിച്ചു തുടങ്ങി.

സ്റ്റീവിന്റെ പ്രതിഫലം

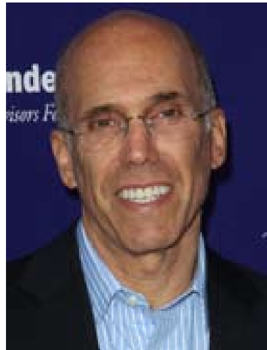
ആണ്ടിൽ ഒരു ഡോളർ മാത്രം പ്രതിഫലം സ്വീകരിച്ചുകൊണ്ടാണ് സ്റ്റീവ് ജോബ്സ് 1997ൽ ആപ്പിളിൽ തിരിച്ചെത്തിയത്. അത് കമ്പനിയുടെ നന്മമാത്രം ലക്ഷ്യമാക്കി പ്രവർത്തിക്കുന്ന ആളെന്ന പ്രതിച്ഛായ സ്റ്റീവിനുണ്ടാക്കി. അതേ സമയം 'മെഗാ ഗ്രാന്റ്' പദ്ധതിപ്രകാരമുള്ള ആനുകൂല്യങ്ങൾ കൈപ്പറ്റുകയും ചെയ്തു. മുൻകൂട്ടി നിശ്ചയിച്ച വിലയ്ക്കു വൻതോതിൽ ഓഹരികൾ അനുവദിക്കുന്ന പദ്ധതിയാണ് 'മെഗാ ഗ്രാന്റ്'.

സി.ഇ.ഒ. പദവിയിലായപ്പോൾ സ്റ്റീവിന് ഒരു വിമാനത്തിനു പുറമെ മെഗാഗ്രാന്റ് അനുവദിക്കാൻ ബോർഡ് തീരുമാനിച്ചു. 2000-ാം ആണ്ടിന്റെ ആരംഭത്തിലായിരുന്നു അത്. ധനമോഹമില്ലാത്തവനെന്ന പ്രതിച്ഛായയുണ്ടായിരുന്നെങ്കിലും അനുവദിച്ചതിലും കൂടുതൽ ഓഹരികൾ ആവശ്യപ്പെട്ടത് ബോർഡിനെ ഞെട്ടിച്ചു.

ഏറ്റവും കൂടുതൽ പ്രതിഫലം വാങ്ങുന്ന സി.ഇ.ഒ.യാണ് സ്റ്റീവ് എന്ന് ഫോർച്യൂൺ മാസിക അദ്ദേഹത്തിന്റെ മുഖചിത്രത്തോടൊപ്പം പ്രഖ്യാപിച്ചു. ഫോർച്യൂൺ നിർണ്ണയിച്ചത് അദ്ദേഹത്തിന്റെ കയ്യിലുള്ള ഓഹരികളുടെ മൂല്യം 872 മില്യൻ ഡോളറാണെന്നായിരുന്നു. എന്നാൽ സ്റ്റീവ് അതു നിഷേധിച്ചു. ഓഹരികൾക്കു വിലയില്ലാത്തതുകൊണ്ട് കുറെ ഓഹരികൾ കൂടി അനുവദിക്കണമെന്ന് സ്റ്റീവ് ബോർഡിനോട് ആവശ്യപ്പെടുകയും ചെയ്തു.

> ഈ സമയത്ത് ടാബ്‌ലറ്റ് കമ്പ്യൂട്ടർ നിർമ്മിക്കാനുള്ള പദ്ധതി രഹസ്യമായി ആപ്പിൾ ആരംഭിച്ചിരുന്നു. ഐപോഡിന് രൂപമാറ്റം വരുത്തി. ഈ രണ്ടു പദ്ധതികളും സഹകരിച്ചതിന്റെ ഫലമായി 2005ൽ ഐപാഡ് (ipad) എന്ന പുതിയ ഐഡിയ ഉണ്ടായി. അതാണ് ഐ ഫോണിന്റെ നിർമ്മിതിക്കും വഴിയൊരുക്കിയത്.


ഡേവിഡ് ഗാഫെൻ



ജെഫ്രി കാറ്റ്സെൻബെർഗ്


സ്റ്റീവൻ സ്പിൽ ബർഗ്


വുഡി അല്ലൻ

2001 ഓഗസ്റ്റിൽ കുറെയധികം ഓഹരികൾ സ്റ്റീവിന് അനുവദിക്കാൻ ബോർഡ് തീരുമാനിച്ചു. സ്റ്റീവ് തന്നെ നിയമിച്ച ബോർഡായിരുന്നു അത്. അന്ന് ഷെയർ വില പതിനെട്ട് ഡോളറായിരുന്നു. നടപടിക്രമങ്ങൾ കഴിഞ്ഞ് ഓഹരി കൈമാറ്റം നടത്തിയപ്പോഴേയ്ക്കും ഷെയറിന് വില വർദ്ധിച്ചു. സ്റ്റീവിന് 20 മില്യൻ ഡോളറിന്റെ നേട്ടമുണ്ടായി. 2003 മാർച്ചിൽ ആപ്പിളിന്റെ ഷെയർ മൂല്യം കുറഞ്ഞു. സ്റ്റീവ് തന്റെ ഓഹരികൾ 75മില്യൻ ഡോളറിന് വിറ്റു.

ഐ ഫോൺ

2005ൽ കാൻസർ ഓപ്പറേഷൻ കഴിഞ്ഞെത്തിയ സ്റ്റീവ് അമ്പതാം പിറന്നാൾ ആഘോഷിച്ചു. ആ വർഷം ഐ പോഡിന്റെ വില്പന ഇരുപതു ദശലക്ഷമായിരുന്നു. മുൻവർഷത്തിന്റെ നാലിരട്ടി. ഐപോഡിന്റെ വിൽപനയിലെ ഈ കുതിപ്പ് സ്റ്റീവ് ജോബ്സിനെ ഉത്കണ്ഠാകുലനാക്കി. എന്തോ കുഴപ്പമുണ്ടാകാൻ പോകുകയാണെന്നു തോന്നി. അത് ഏതു ഭാഗത്തുനിന്നാണ് വരുന്നതെന്നാണറിയാത്തത്.

സെൽ ഫോണാണ് തങ്ങൾക്കു പാരയാകാൻ പോകുന്നതെന്നായിരുന്നു സ്റ്റീവിന്റെ നിഗമനം. കാരണവും ഉണ്ടായിരുന്നു. ഫോണുകളിൽ ക്യാമറ ഘടിപ്പിച്ചതോടെ ഡിജിറ്റൽ ക്യാമറയുടെ വിപണി ഇല്ലാതായി. ഫോൺ നിർമ്മാതാക്കൾ അവയ്ക്കുള്ളിൽ മ്യൂസിക് പ്ലയറുകൾ ഉൾപ്പെടുത്തിയാൽ ഐപോഡിന്റെ സ്ഥിതിയും പരുങ്ങലിലാകുമെന്ന് സ്റ്റീവ് ചിന്തിച്ചു.

മോട്ടോറോളയുടെ ഡിജിറ്റൽ ക്യാമറയും സെൽഫോണും ചേർന്ന 'RAZR' ന് ഐ പോഡ് കൂടി ഇണക്കിച്ചേർത്ത് ഒരു പുതിയ രൂപം നിർമ്മിക്കുന്നതിനെപ്പറ്റി ആലോചിച്ചു. പക്ഷേ അവരുണ്ടാക്കിയ 'ROKR' വിജയിച്ചില്ല. സ്ക്കൂൾ കുട്ടികൾ മുതൽ വൃദ്ധർവരെ എല്ലാവർക്കുമായി 2005ൽ 825 ദശലത്തിലധികം മൊബൈൽ ഫോണുകളാണ് കമ്പോളത്തിൽ വിറ്റഴിഞ്ഞത്. അതിൽ കൂടുതലും ഗുണമേന്മയില്ലാത്തവയായിരുന്നു. നല്ലൊരു ഫോണിന് അപ്പോഴും വിപണിയിൽ ആവശ്യക്കാരുണ്ടായിരുന്നു.

ഈ സമയത്ത് ടാബ്ലറ്റ് കമ്പ്യൂട്ടർ നിർമ്മിക്കാനുള്ള പദ്ധതി രഹസ്യമായി ആപ്പിൾ ആരംഭിച്ചിരുന്നു. ഐപോഡിന് രൂപമാറ്റം വരുത്തി. ഈ രണ്ടു പദ്ധതികളും സഹകരിച്ചതിന്റെ ഫലമായി 2005ൽ ഐപാഡ് (ipad) എന്ന പുതിയ ഐഡിയ ഉണ്ടായി. അതാണ് ഐ ഫോണിന്റെ നിർമ്മിതിക്കും വഴിയൊരുക്കിയത്.

മൾട്ടി ടച്ച്

മൈക്രോസോഫ്റ്റ് ടാബ്ലെറ്റ് പി.സി വികസിപ്പിച്ചു കൊണ്ടിരിക്കുന്നത് സ്റ്റീവ് അറിഞ്ഞു. അദ്ദേഹം തന്റെ സംഘത്തിലുള്ളവരെ വിളിച്ചുകൂട്ടി. നമുക്കൊരു ടാബ്ലറ്റ് നിർമ്മിക്കണമെന്നു പറഞ്ഞു. അതിന് കീ ബോർഡോ സ്റ്റൈലസോ (നാരായം) ആവശ്യമില്ല. സ്ക്രീനിൽ വിരലുകൊണ്ട് തൊട്ട് ടൈപ്പു ചെയ്യാൻ സാധിക്കണം. ഒരേ സമയം ഒന്നിലധികം ഇൻപുട്ട്സ് പ്രോസസ്സ് ചെയ്യാൻ കഴിവുള്ള ഒന്ന്. മൾട്ടി ടച്ച്. അങ്ങനെയൊരു ഡിസ്പ്ലേ നിർമ്മിക്കാൻ സ്റ്റീവ് ജോബ്സ് നിർദ്ദേശം കൊടുത്തു.

ആറുമാസം കൊണ്ട് അവരതു സാധിച്ചു. finger works എന്നു പേരുള്ള ഒരു ചെറിയ കമ്പനി ഉണ്ടായിരുന്നു. ഡിലാവേർ യൂണിവേഴ്സിറ്റിയിലെ അദ്ധ്യാപകരായ വെയിൻ വെസ്റ്റർമാൻ, ജോൺ ഏലിയാസ് എന്നിവരുടേതായിരുന്നു അത്. കമ്പനി മൾട്ടി ടച്ച് ട്രാക്ക് പാഡുകൾ നേരത്തെ തന്നെ നിർമ്മിച്ചു തുടങ്ങിയിരുന്നു. മൾട്ടിടച്ച് സെൻസിങ്ങ് ശേഷിയുള്ള ടാബ്ലറ്റുകൾ നിർമ്മിക്കുകയും ചെയ്തു. വിരലുകൊണ്ട് തട്ടുകയോ ഞെക്കുകയോ ചെയ്യുമ്പോഴുള്ള പ്രവർത്തനങ്ങളുടെ പേറ്റന്റ് അവരെടുത്തിരുന്നു.

ആപ്പിൾ ആ കമ്പനി വിലയ്ക്കു വാങ്ങി. 'ഫിങ്കർ വർക്ക്സ്' അതിന്റെ സേവനവും ഉൽപ്പന്നങ്ങളും മറ്റുള്ളവർക്കു വിൽക്കുന്നത് അവസാനിപ്പിച്ച് ആപ്പിളിന്റെ പേരിൽ പുതിയ പേറ്റന്റുകൾ രജിസ്റ്റർ ചെയ്തു.



ബാറ്റൺ ബോസ്
നോവലിസ്റ്റ്, തിരക്കഥാകൃത്ത്, ചാനൽ പ്രോഗ്രാം ഡയറക്ടർ



Model Code: 114/2019
Deepti Raghuvanshi











Model Code: 115/2019 Sudeesh

Model Code:116/2019 Abin Thampan







Boxed in brand

the other truth

So Mie is a copywriter currently working at an advertising agency in UAE. His career spans over 29 years with stints at industry leading creative houses in Keralam and numerous campaigns. He also used to engage students in advertising at the School of Communications, Mahatma Gandhi University.



So Mie

The game is over, the play goes on.

We Indians are a pack of paradoxes. We're one of many and many of one. We unite by division. We say yes to no. We place god in each one of us and look for it outside of us. We're spiritually angry and at peace with war. We have lawmakers who face criminal charges. Our stories of evil have a moral in them. Love is our end, yet hate is our way. We're happy being permanently aggrieved. The list goes on.

So that explains why I chose to throw in a paradoxical statement to wrap up the takeaway from the 2019 elections. Definitely, while it's game over for some, it's game on for others. At full blast.

In marketing terms, the election has been a mega trade fair of ideas, ideologies, jibes, vibes, manifestoes, manifestations and more. Shockingly, the fair at times turned dark due to outages in the democratic grid.

The key players at the fair pulled out all the stops to present their cases in their brand colors. They all went the extra mile to reach their nearest prospect. They all claimed they were more equal in the level playing field.

It was an all out war. Strategy maps were drawn and redrawn. Slogans were crafted and recrafted. PR revved up at full throttle. Media blared 24/7. Money overflowed and flooded the mindspace. Currents swirled straight under. Defectors were eulogized. Titans clashed head on. Foot soldiers rallied online, trampling down decency and respect. Backstabbers were on front-foot. Alternative truth was traded at random. The whole business got personal. Personal got petty and pernicious. There was a lot of bad blood. A lot of slime too.

As it turned out, only 67% percent of the target audience participated in the fair. The reluctant - some say the disillusioned – 31% kept themselves out of the din for varying reasons. Nobody seemed to care about these outliers. No pollsters seem to check back on them and ascertain reasons for their no-show. No one cares to know the politics in their apolitical indifference.

As we all know, the player with the most number of 'beeps' was declared the brand of the fair, the absolute winner. But let's not forget the 31% that stayed out and the 2% that were blocked out at the entrance citing no sensible reasons. Also factor in the 21%, out of the 67%, that patted on some other competing brands at the fair.

Strangely, the winner has the approval of only 46% of the target it set out to reach. The majority here in fact is in the minority. Basking in the glory of triumph, it's quite unlikely that the winner will pay any attention to this paradoxical backdrop.

And the winner takes it all. Not just the thrones of glory, but the power to push the boundaries on their agenda, which could include, but not limited to: further the cause of writing history out of myths, change goal posts on governance at will, muscle the disagreeing 54% into submissive agreement, systematically curb creativity and the intellectual growth of the young, be inclusive onstage and exclusive backstage, solemnize the threesome marriage between theocracy, autocracy and hypocrisy that have hitherto been dating one another secretly...

But wait, maybe, just maybe, they'll call off the play and get real serious. Maybe, they'll leave the game behind and move on. Maybe, they'll realize that a game such as the one they've won will eventually lead to their own tragic defeat.



Still, it seems, bigotry is the mood music of the times. At the tiniest provocation, we may turn into slaughter machines. We may murder with unspeakable barbarity all those who belong to the faiths we hate. Even friends, colleagues and neighbors won't be spared. Infants and pregnant women - and the babies they carry - are all fair game. The spate of massacres that shook humanity during the Partition and the heinous incidents that followed ever since are horrendous reminders of this insane inside of Indians.

We need to be handled with utmost care. The question is: how do we handle ourselves with care when we're boxed in?

Printed, Published and Owned by Mathew K., Effective Publications, Mulamoottil Building, Cathedral Road, Manorama South, Kottayam - 686 001 Kerala. and Printed at Southern Printing House, Sastri Road Extn., Mugal Palace Building, Collectorate P.O., Kottayam - 686 002, Kerala.


05
ദേശാഭിമാനി സാഹിത്യ
എൽഡിഎഫിനെ
ശക്തിപ്പെടുത്തും: